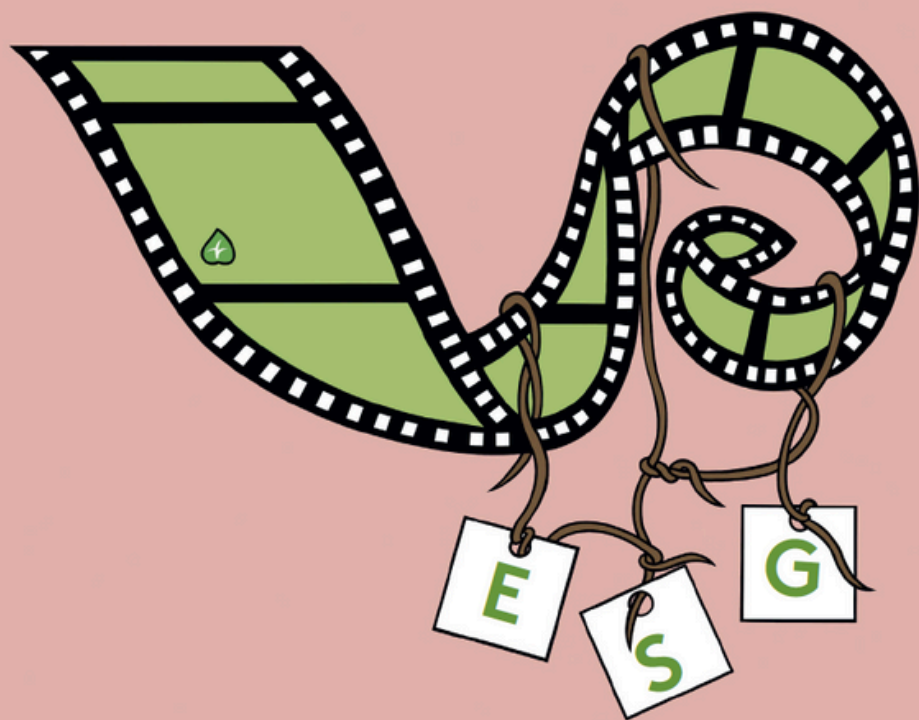


Green Media Production Development



Hvordan skaber vi bæredygtigere forandringer i mediebranchen?

Indholdsfortegnelse

Forord	1
Hvorfor behøver vi viden om bæredygtig medieproduktionsbranche?	2
Projektets interviewpersoner	6
ESG-parametre	7
Hvorfor er bæredygtig omstilling vigtig i mediebranchen?	8
Samarbejde om bæredygtig omstilling	10
E for Environment	12
Miljø- og klimainsatser	13
S for Social sustainability	17
Social bæredygtighed i Klima Isolering og mediebranchen	18
G for Governance	22
Bæredygtig ledelse	23
Fra forhindring til forandring	26
Hvordan skaber man forandringer?	27
Vaner som forhindringer	30
Bæredygtighed kræver tid	33
Motivation og adfærd	35
Motivation til forandring	36
Hvad oplever mediebranchen videre som forhindringer?	39
Bæredygtighed i branchen	42
Svag og stærk bæredygtighed	43
Savner mere oplyst grundlag	46
Bæredygtighed i fortællinger	49
E'tet i danske produktioner	50
Fortællinger på tre niveauer	53
Fortællinger kan påvirke seerne	54
Krav og certificeringer	57
Green Film certificering	58
Inspiration fra byggebranchen	62
Bæredygtighedshensyn	63
Krav til certificering	64
Film om Klima Isolering	66
Talenter til branchen	69
Talenter - den næste generation	70
Hvilke indsatser er der for talenter?	70
Anbefaling til videre læsning om bæredygtig talentudvikling	73
Slutord	75
Opsamling med 6 indsatsområder og spørgsmål	76
Spørgsmål til videre refleksion	77
Litteraturliste og links	79
Fakta - TV 2 produktioner med bæredygtigt indhold	81
Fakta - om Growing Stories	81
Fakta - om Produced By	82
Fakta - om Green Producers Club Danmark	82
Forfattere til denne udgivelse	83
Partnervirksomheder i "Green Media Production Development"	84

Forord

Af Ege Heckmann

Der er ingen tvivl om, at den grønne omstilling allerede har fået fodfæste i film- og tv-branchen. Flere og flere produktioner benytter sig af green managers, og det er nu almindeligt at udvikle bæredygtighedsplaner med tilhørende CO2-budget og rapport.

Videnskab og grøn omstilling bør altid gå hånd i hånd. Desværre bliver samspillet ofte nedprioriteret i ønsket om hurtigt at tage fat på de såkaldte lavthængende frugter, hvilket betyder, at energien ikke altid bliver brugt dér, hvor den gør den største forskel. Netop derfor er et studie, som dét bag denne udgivelse, både relevant og vigtigt.

Et andet afgørende aspekt af bæredygtighed er den sociale bæredygtighed på et film- eller TV-set. For at kunne gennemføre en grøn omstilling, er det nødvendigt at have styr på de sociale dynamikker på arbejdspladsen. Når folk er pressede, er det ofte de nye, bæredygtige vaner, der først ryger. Derfor er social bæredygtighed, som også diskuteres i dette studie, ikke kun vigtig for den grønne omstilling – det bør være en prioritet i sig selv.

At ændre vaner kan være svært og tager tid, især når det gælder den store opgave med at skabe reel forandring og reducere dårlige vaner. Derfor er det værdifuldt med et projekt, der både ser på, hvad der er blevet gjort, hvad der kan gøres, og hvad der burde gøres endnu mere af.

Jeg håber, at dette projekt vil gøre os alle klogere på, hvordan vi kan opnå disse mål.

Ege Heckmann, CEO, Green Producers Club Danmark

Hvorfor behøver vi viden om bæredygtig medieproduktionsbranche?

Det er efterhånden en meget udbredt viden, at bæredygtighed er afgørende i vores daglige liv. Danskerne kender til FN's 17 verdensmål, og mange virksomheder tænker dem ind i hverdagen. De fleste ved også, at det haster med at reducere CO₂, hvis vi skal leve op til 2030 målene i Paris-aftalen. Ikke for FN's eller EU's skyld. Men fordi klodens trivsel kræver forandringer i måden, vi lever og også producerer medieindhold på.

Bæredygtighedsplaner begynder derfor at fylde hos både danske produktions-selskaber, broadcastere, fonde, filmuddannelser og filmværksteder. Sitet BFTP.dk (Bæredygtig Film & Tv Produktion) videndeler løbende eksempler og tilbyder *Håndbog i bæredygtig film- og tv-produktion*. På den måde er branchen ret optaget af klima og miljø, hvilket udgør E'tet i de såkaldte ESG-parametre. Endnu er fokus på S'tet (Social bæredygtighed) og G'tet, (Governance) lidt mindre. Bevidstheden om S og G vil projektets forskerteam gerne skubbe til. Det samme gælder sammen-hængskraften mellem E, S og G.

Her forholder vi os nemlig bredt til bæredygtighed. Det drejer sig både om miljø-, sociale- og ledelsesdimensioner. Hele ESG-paletten. Men eftersom ESG-rapportering er startet med et fokus på E, er det også dét, projektet mest adresserer. Derfor det hedder "Green Media Production Development".

Den danske medieproduktionsbranche har været under pres de seneste år. Nu skal den så også bidrage mere til en bæredygtig omstilling, ESG-parametre og -afrapportering. Det vil branchen gerne. Men hvordan sker det bedst? Hvad siger branchen selv til de forhindringer og forandringer, den ser? Hvordan inspirerer og støtter man hinanden?

Forskningsprojektet har undersøgt netop dét - sammen med partnere i branchen. Som Ege Heckmann også adresserer i sit forord, er humanistisk forskning i tæt samarbejde med branchen vigtigt, hvis udvikling mod mere bæredygtighed skal lykkes. Og omstillingen handler nemlig ikke kun om at udvikle mere teknologi. Den handler også om, hvordan mennesker agerer, og hvad der motiverer og driver dem.

I forhold til FN's 17 verdensmål, er det særligt verdensmål nummer 12.6, som vores projekt har en vision om at bidrage til:

Projektet er blevet til med hjælp fra Vision Denmark samt Uddannelses- og Forskningsstyrelsen. Men uden de virksomheder, der også har bidraget med arbejdstimer og dialog mv., var det aldrig blevet en realitet.



ENCOURAGE COMPANIES TO ADOPT SUSTAINABLE PRACTICES AND SUSTAINABILITY REPORTING

Encourage companies, especially large and transnational companies, to adopt sustainable practices and to integrate sustainability information into their reporting cycle.

De primære samarbejdspartnere og bidragsydere er: TV 2 Danmark, Growing Stories, Produced By, Green Producers Club Danmark og Klima Isolering. Tak til virksomhederne for at imødekomme behovet for forskning i bæredygtigere omstilling i branchen. Og for at bidrage engageret undervejs i dét år, projektet har kørt. Undervejs er flere virksomheder og institutioner, end de oprindelige partnere, stødt til. Blandt dem er Filmværksted Odense, Den Danske Filmskole, Frau Film, SF Studios og Tordenfilm. Sidstnævnte fra Norge. Tak for at bidrage.

Den publikation, du læser i, er en del af resultatet af, at SDU-forskerteamet fra 2023-24 har fulgt nogle af virksomhedernes produktionsideer og interviewet branchefolk med forskellige roller. Vi har, metodisk, foretaget 15 forsknings-interviews og afholdt to workshops sammen med projektpartnerne. Transskriptioner og noter fra disse er suppleret af noter fra de mere uformelle samtaler. Desuden har de medvirkende forsynet os med eksempelvis proces-papirer, manuskripter, bæredygtighedsregnskaber og andet relevant.

Undersøgelsen er ikke repræsentativ, men alligevel udtryk for nogle mønstre i bæredygtighedsomstillingen i branchen, som vi har identificeret via det indsamlede materiale.

På baggrund af vores analyse, har vi indkredset disse seks områder at fokusere på:

I

- 1) Motivation og forandring af praksisvaner og -adfærd
- 2) Social bæredygtighed og bæredygtig ledelse
- 3) Certificeringspotentialer
- 4) Bæredygtige fortællingers potentialer
- 5) Talentudvikling
- 6) Systematiske indsatser og netværk

Der kunne udpeges flere områder, og vi kunne have spurgt flere branchefolk. Men projektets 1-årige varighed (2023-24), har genereret en ramme, som formåede at adressere de seks områder. Ingen forandring er dog skabt ved at læse projektets indsigter. Arbejdet med *selve* forandringen, den foregår hver dag ude i branchens praksisser. Ude hos jer. Det er jer, der er forandringerne. Jer der er eksperterne på egne praksisser. Og jer der ved, hvordan forandringer giver mening hos de enkelte.

Projektet “Green Media Production Development” tilbyder spørgsmål, viden, branche-citater og et mindset til at skabe udvikling. Et mindset der kan medvirke til at rykke branchen i en mere bæredygtig retning. Det er ideer fra branchen *til* branchen, som forskerteamet har udvalgt, analyseret og formidlet. Den viden kan ses i sammenklang med seminaret: “Hvordan skaber vi bæredygtigere forandringer i medieproduktionsbranchen?” afholdt på Den Danske Filmskole d. 21. nov. 2024. Men den kan også sagtens læses selvstændigt.

Med håb om at vi sammen skubber til forandring,

Forskerteamet fra SDU:

Heidi Philipsen, Solveig Leivdal Hagensen & Sara Mosberg Iversen

Projektets interviewpersoner:

Andrias Høgenni (Manuskriptforfatter og instruktør)
Anne Ahn Lund (Green manager, SF Studios)
Anne Saabye (Manuskriptforfatter og instruktør)
Annika Lund Jensen (CEO, Produced By)
Carsten Lilja Sparwath (Produktionschef, TV 2 Danmark, Fiktion)
Ege Heckmann (CEO, Green Producers Club Danmark)
Eric Vogel (CEO, Tordenfilm, Norge)
Henrik Møller Hollesen (Projektleder, Klima Isolering)
Ida Meisling (Manuskriptstuderende, Manuskriptudvikling SDU)
Laura Bøcher Ursøe (Junior producer, Frau Film)
Malene Mathiassen (Konsulent, Odense Filmværksted)
Mette Bihl (CEO, Odense Filmværksted)
Michael Frank Christensen (HR & Kvalitetskontrol, Klima Isolering)
Miriam Nørgaard (CEO, Growing Stories)
Senia Dremstrup (Producer, SF Studios)

F

FAKTA - om projektet

Dette projekt, "Green Media Production Development" (2023-24), er blevet til med støtte fra Uddannelses- og Forskningsstyrelsen.

Det er udført i samarbejde med projektpartnerne: Vision Denmark, TV 2 Danmark, Produced By, Growing Stories, Green Producers Club Denmark. Klima Isolering og et forskerteam fra Syddansk Universitet (SDU) under ledelse af lektor Heidi Philipsen.

Frau Film, Tordenfilm, SF Studios, Filmværksted Odense og Den Danske Filmskole med flere har desuden bidraget til samarbejdet.

Projektet har også sorteret under "Elite Centre for Understanding Human Relationships with the Environment" (CUHRE) i regi af SDU Climate Cluster.

De citater, der er anvendt, har respondenterne selv haft lejlighed til at godkende. I forbindelse med hvilken kontekst i dette skriv, de er anvendt i, står forskerteamet for.

ESG-paramètre



Hvorfor er bæredygtig omstilling vigtig i mediebranchen?

En artikel af Lundberg, kaldet “Er filmbranchen rustet til den grønne omstilling?” (2023), argumenterer for, at filmbranchen herhjemme ikke er helt klar til omstillingen. Artiklen bygger på BFTS’s undersøgelse.

Nørgaard og Philipsen diskuterer også (i en podcast) branchens udfordringer herhjemme. Podcasten hedder “Når den grønne omstilling kommer til filmbranchen” (Philipsen & Nørgaard, 2023). Her peges bl.a. på, at bæredygtig ledelse og talentudvikling stadig mangler at blive prioriteret mere i branchen. Ydermere vendes bæredygtig talentudvikling i podcasten “Når den grønne omstilling kommer til filmtalenter” (Philipsen & Saabye, 2024). Her giver et filmtalent sin vinkel på emnet. Begge podcasts er produceret i relation til “Green Media Production Development” projektet og kan høres fx på Spotify.

Men trods nogle mangler i forhold til bæredygtighed, er det vores erfaring i projektet, at bæredygtighed er på fremmarch i den danske medieproduktions-branchen. BFTP-*Håndbogen* bliver brugt. Den Danske Filmskole har stablet efteruddannelse inden for green manager-området på benene. Ligesom der er kommet fokus på afholdelse af seminarer og workshops bl.a. hos DFI, Vision Denmark og Green Producers Club. Men samtidig med at branchen gør en masse og udviser stor interesse, mangler den fortsat mere viden, flere redskaber og et øget tempo for at komme videre. Også i forhold til ESG-rapportering.

ESG” refererer til tre centrale parametre, som i dag bruges til at måle bæredygtighed og samfundsansvar bl.a. i virksomheder. Fx kræver EU sådanne målinger i det såkaldte CSR-direktiv (indført 2024), som uddybes nedenfor.

Forkortelsen “ESG” står for: Environment (E), Social (S) og Governance (G).

Nærmere uddybet:

1. **Environment** (miljø): Vurderer typisk en virksomheds påvirkning af miljøet, herunder klimaændringer, ressourceforbrug, affaldshåndtering og energiforbrug.
2. **Social** (social): Vurderer typisk, hvordan virksomheden behandler sine ansatte, kunder og det omgivende samfund, herunder arbejdsforhold, diversitet, menneskerettigheder og lokalsamfundsrelationer.
3. **Governance** (ledelse): Vurderer typisk virksomhedens ledelsesstruktur, etiske standarder, aktionærrettigheder, gennemsigtighed og ansvarlig virksomhedspraksis.

ESG-parametre bruges bl.a. til at evaluere en virksomheds langsigtede risici og muligheder i forhold til bæredygtighed og etisk ledelse. Fra årsskiftet 2024 indførte EU et krav om, at virksomheder, altså alle og ikke kun medievirksomheder, af en vis størrelse, fremover skal indrapportere deres klimamæssige, sociale og ledelsesmæssige parametre i ESG-rapporter (Løgstrup, 2022: 84).

Regulativet gælder alle typer af virksomheder, som er børsnoterede eller/og har minimum 250 medarbejdere. I de kommende år vil regulativet også komme til at gælde mindre virksomheder.

Samarbejde om bæredygtig omstilling

TV 2 indførte i 2021 en række bæredygtige tiltag, som blev udtrykt i virksomhedens *Ansvarlighedsrapport* fra samme år. Ifølge rapporten ønsker TV 2 senest i 2025 at reducere deres CO₂-udledning med 60% sammenlignet med 2019.

Som statsejet aktieselskab er TV 2 Danmark blandt de første virksomheder herhjemme, der skal rapportere - jævnfør de nye CSRD-krav fra EU. Det kræver bl.a., at TV 2 har data (også fra deres underleverandører), som de kan melde ind.

“Corporate Sustainability Reporting Directive” (CSRD) påbyder virksomheder at offentliggøre miljø- & klimamæssige aftryk af deres forretningsdrift samt sociale forhold i både egen arbejdsstyrke og i værdikæden.



CSRD-direktivet

Corporate Sustainability Reporting Directive

Selvom det ikke er alle virksomheder i medieproduktionsbranchen, der er omfattet af CSRD (endnu), så følger de trop i de nærmeste år. Det kræver noget nyt af medieproducenterne og indgår også som et voksende globalt konkurrenceparameter.

Der er altså gode grunde til at indkredse forhindringer og forandringsmuligheder i den danske medieproduktionsbranche: ESG-krav, kundernes interesse, FN's verdensmål og dét faktum, at vi allesammen - blot ved et kig ud ad vinduet - kan konstatere, at klimaforandringer ses alle vegne. Så hvordan kan man hjælpes ad med at udvikle medieproduktionsbranchen i en bæredygtigere retning?

Lad os videre adressere, hvordan projektets partnere tænker bæredygtighed og ESG-parametre i deres dagligdag. Vi gør dette velvidende, at de ikke repræsenterer *hele* den danske medieproduktionsbranche, men en lille håndfuld. Og velvidende, at de ikke altid er 100% enige med hinanden, hvorfor de enkelte citater skal ses i sammenhæng med deres afsender.

E for Environment



Miljø- og klimaindsatser

For projektets medieproduktionsaktører, er det indsatser, som relateres til miljø og klima (E), der fylder mest, når vi har spurgt dem.



I Danmark er vi meget optaget af klimadelen, altså i forhold til at få CO2-reduceret. Men de to andre parametre, det er ikke så meget noget, man taler om, altså social bæredygtighed og bæredygtig ledelse.

Miriam Nørgaard, CEO, Growing Stories, 14/3-24

Social bæredygtighed og bæredygtig ledelse (S og G) står dermed lidt længere nede på listen. Det fokus er forståeligt. Dels er det de klimamæssige konsekvenser, man hører mest om i nyhedsmedierne. Dels at der er kommet software ('Green Producers Tool', 'Albert' mv.), der kan hjælpe mediebranchefolk med at måle på CO2-aftryk fra film og serier med mere. Og dels er E'et dér hvor man starter med at samle data til EU's ESG-rapportering.

Også i *Håndbog i bæredygtig film- og tv-produktion* er der mest fokus på, hvordan produktionsforhold (transport, strøm mv.) kan ændres, så man sparer fx CO2. Altså E-indsatser. I 2024 er der kommet en opdateret version af BFTP's Håndbog, hvilket vi vender tilbage til.

Ifølge Ege Heckmann (Green Producers Club Danmark) er det relativt overskueligt at kunne reducere CO2 på produktioner med ca. 50% af den CO2, de ellers (ved konventionel form) havde udledt. Altså at foretage ændringer, der ret massivt influerer miljø og klima (E). Dette er Heckmanns bud og erfaring.

Så hvis en dansk film udleder fx 100 tons CO₂, er det altså muligt at reducere til 50 tons ved fx at aktivere nogle af de fem indsatsområder, som er beskrevet i BFTP's *Håndbog*. Dog skal det understreges, at vi mangler flere data for at blive mere sikre på, hvad gennemsnittet for CO₂ reelt er på en dansk film eller serie. Undersøgelser fra Viegand og Maagøe (2021) viser 59 tons, men er blot baseret på undersøgelse af en enkelt spillefilm.

Ege Heckmann mener nærmere, at en dansk spillefilm i gennemsnit udleder omkring 80 til 100 tons CO₂. Med Heckmanns grundige indblik i data fra 'Green Producers Tool', er dette et større datagrundlag at konkludere ud fra, end Viegand og Maagøes.

Jo flere danske produktioner, der laver bæredygtighedsregnskaber, jo mere korrekt et datagrundlag dannes. Derfra kan vi også bedre vurdere, om den danske medieproduktionsbranche forandrer sig mod mindre CO₂-udledning. Vi giver hér nogle illustrationer (fra projektets interviews) på miljørelaterede indsatser (E):



Jeg skal faktisk i gang med at starte op med noget, der hedder 'Havhøst', [...], som handler om regenerative hav-haver, som bliver skabt rundt omkring. [...] Her skal vi faktisk dække det mest af Norden, så vi skal ud og lave nogle portrætter af havbønderne både i Vejle, Sverige og Finland. Og her gør vi os selvfølgelig nogle overvejelser i forhold til, hvor langt væk vi skal rejse, og hvordan vi kan planlægge produktionsplanen, så vi ikke skal frem og tilbage.

Altså det vigtigste er, at man får skrevet ud. Så jeg plejer at skrive en samlet hold-mail og fortælle, hvordan vi arbejder med vores produktion. Og så handler det om fx at bede folk om at tage deres egen kaffekop og drikkedunk med. Og ellers så serverer vi som udgangspunkt vegetarisk forplejning. Førhen der skrev vi ud og spurgte, om der er nogen, der er vegetarer. I dag skriver vi ud og spørger, om der er nogen, der ikke kan undvære kød. [...] Og så opfordrer vi også til, at de tænker over deres transport, også set i forhold til hvor meget udstyr, der egentlig bliver slæbt med. Altså, så vi ikke tager mere med, end vi har brug for.

Annika Lund Jensen, CEO, Produced By, 8/3-24

Derpå et eksempel fra SF Studios, der bl.a. laver serien *Sygeplejeskolen* for TV 2:



En af de positive ting ved, at vi skal måle og veje alting, er, at vi må systematisere en masse ting på et filmset, som man før ikke rigtig har haft system for. Vi opdager steder, der kan forbedres, og det er en stor samarbejdsværelse, som skaber mere bevidsthed om indgroede handlinger, som vi hen ad vejen får ændret på. På *Sygeplejeskolen* og *Smukkere* har vi eksempelvis testet en ny affaldssorteringsservice, som sørger for at affald bliver håndteret lovligt, og vi får valide data. Og som en mindre ting har vi fået bygget et holdbart reolsystem til varevognene, som kan genanvendes, i stedet for de vanlige, skramlede reolsystemer fra Harald Nyborg, der efter hver produktion blev kasseret.

Anne Ahn Lund, Green manager, SF Studios, 15/3-24

Fra ovenstående citat kan man fremhæve, at det er en god ide med systematikker for bæredygtighedsindsatser, som gør dagligdagen mere håndterbar på en film eller tv-produktion.



Hvis man putter folk ind i samme bil i stedet for at de har hver deres, så sparer man jo en masse transportudgifter til det.

Ege Heckmann, CEO, Green Producers Club Danmark

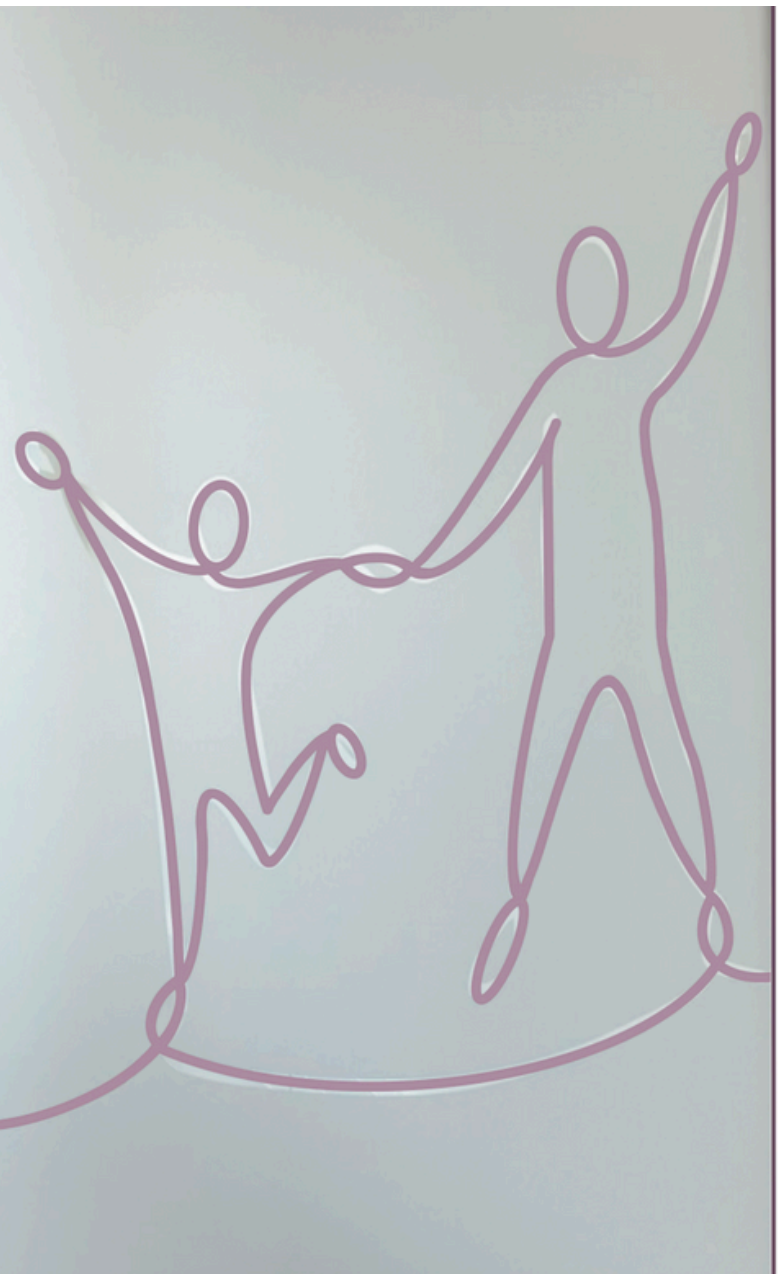
I projektet har vi involveret en *case* at sammenligne med, nemlig en virksomhed fra byggebranchen, Klima Isolering. Valget om at tage en virksomhed med fra en anden type branche blev truffet, da partnerne i forskningsprojektet godt kunne tænke sig ideer fra byggebranchen. Det er en branche, der har arbejdet med bæredygtighedskrav i flere år end medieproduktionsbranchen. Selvom der er stor forskel på de to brancher. Og selvom det kun er én virksomhed, vi sammenligner med, og altså ikke er repræsentativt; har det vist sig, at der faktisk er inspiration at høste.

Som det uddybes nedenfor, viser *casen*, at udviklingen af solide systemer for eksempelvis affaldssortering, samkørsel eller omlægning af vognpark til elbiler, medvirker til, at det er nemmere for medarbejderne at agere bæredygtigere. Det bliver simpelthen en ny vane. Eller det står ikke til diskussion, fordi det er en ledelsesbeslutning og/eller et krav, der følges.

Det tager tid at etablere et system eller en rutine. Men når den først er etableret, kan den (sometider) fungere tidsbesparende og kvalitetssikrende. På “NYT OUH”, hvor Klima Isolering bl.a. arbejder, er mange virksomheder eksempelvis gået sammen om fælles affaldssortering. De mange underentreprenører på byggepladsen er altså sammen om at have containere til mange typer af byggeaffald, og har en fælles ordning for at få affaldet kørt rette steder hen.

Eksemplet understreger derfor potentialet i at løfte i flok, hvor det er muligt (eller et krav). Frem for at hver lille virksomhed selv starter forfra med at opfinde og betale for deres egne klimainsatser. Fælles indsatser kan også medvirke til at skabe stærk bæredygtighed (Press, 2021).

S for Social sustainability



Social bæredygtighed i Klima Isolering og mediebranchen

Indtil oktober 2024 har *Håndbog'en* (Gjerulff, 2021) som nævnt mest haft fokus på miljøindsatser i medieproduktion. Men d. 18/10-24 skrev 'Bæredygtig Film og TV-Produktion' på deres LinkedIn-profil:



Så er den nyeste version af Green Film-håndbogen online på vores hjemmeside! [...] Noget af det nye ved denne opdatering er, at affaldssortering og -håndtering er blevet en obligatorisk ting, og noget der skal ske på ALLE produktioner. Derudover er der tilføjet to fokusområder: "Andre initiativer", som rummer CO2-beregninger, og "Social bæredygtighed", som rummer medarbejdernes trivsel på film-/tv-settet. Dertil skal man nu minimum have 25 point ud af 65 mulige for at opnå en certificering.

Status er altså, at social bæredygtighed er kommet ind i *Håndbog'en*. Desuden er differentieret affaldssortering og -håndtering blevet obligatorisk at forholde sig til, hvis man vil opnå en Green-Film-certificering. Selvom affaldssortering har eksisteret i medieproduktionsbranchen mange år, er der altså nu kommet flere krav at leve op til i forhold til at opnå en certificering.

S'et vedrører den menneskelige bæredygtighed, samt mangfoldighed og diversitet både foran og bagved kameraet. Dette er et punkt, som bl.a. Det Danske Filminstitut (DFI) stiller krav om til medieproduktionsbranchen, og hvor man skal rapportere ind på fx kønsfordelingen ved produktioner. Desuden varetages social bæredygtighed også med hjælp fra fx FAF (Film- og tv-arbejderforeningen) eller 'Danske Dramatikere', som er nogle af mediebranchens fagorganisationer.

Vi finder også visioner om social bæredygtighed i TV 2's Ansvarlighedsrapport (2023), hvor de bl.a. formulerer en ambition om at arbejde aktivt med dette område både i virksomheden, på programfladen og i branchen (2023).

Medieproduktionsbranchen i Danmark er i høj grad en freelance-domineret branche. Mange arbejder tidsafgrænset på film eller tv-projekter, og er derefter videre til nye. Derfor varetages ens trivsel i branchen ofte af flere forskellige arbejdsgivere og er relateret til de projekter, man er en del af. Dette forhold må man have i baghovedet, når vi inddrager Klima Isolerings medarbejderindsatser. Hos dem er de fleste nemlig fastansatte og ikke freelancere. I skrivende stund har virksomheden fx 67 fastansatte og 10 såkaldt 'indlejrede', altså folk ansat for en kortere tidsperiode.

Social bæredygtighed spiller en vigtig rolle hos Klima Isolering i form af dét, de kalder for 'mandskabspleje' (uanset køn). At varetage de ansattes behov er et prioriteret område, ikke mindst når virksomheden ansætter udlændinge.



Mange af dem kommer jo hertil i håb om at skabe en bedre levefod, end de har i hjemlandet. Om det så er Ukraine eller Polen eller et andet sted, jamen, så hjælper vi dem med at komme ind i det danske system fra dansk bank til at få et permanent bosted her og hjælp til at få familien herop. Og der er mange sociale aspekter i at få hjælp og hjælpe sine medarbejdere.

Henrik Møller Hollesen, Projektleder, Klima Isolering, 27/3-24

Hos Klima Isolering gav de, ligesom medieproduktionsbranchen, også udtryk for, at fokus på E't er kommet mest naturligt til dem. Mens de øvrige parametre (S & G) er nogle, de fortsat er ved at integrere mere.



Det er helt oplagt at gøre et stort nummer ud af E-delen, fordi at vi har med de materialer at gøre med, som vi har. Jeg tænker også, det er den, der er mest oplagt i byggebranchen generelt. Men S-delen den har vi hvert fald snakket om herude, den er også vigtig, og den kan man jo indfri på flere måder. Men en ting, som vi sådan rent konkret har gjort herude, det er, at vi har prøvet at skaffe noget arbejde til ukrainere. [...] Det er jo sådan lidt, det er i en lille skala, men det er jo et skridt i hvert fald. En ting som også tæller på S-delen, det er det her med, at man får taget lærlinge ind og så videre og tager sit ansvar dér.

Hvis vi tager udgangspunkt i ukrainerne, så er der jo nogle, der er flygtet fra krigen af, og dét at man kan hjælpe dem i gang med noget, så tager man jo ansvar. Det er jo et samarbejde mellem kommunen og firmaet sådan set. Så den kommer i hvert fald under den kategori. Det er ikke sådan noget, vi har gjort i stor skala. [...] Men lærlinge-delen for eksempel den tæller jo også. Dér prøver vi på at have så mange som muligt.

Michael Frank Christiansen, HR og kvalitetskontrol, Klima Isolering, 27/3-24

Hvis vi skal overføre - og også udvide - inspirationen til medieproduktionsbranchen, så kan social bæredygtighed her eksempelvis handle om: God integration af nye medarbejdere. At bidrage til talentudvikling. Sikring af diversitet og mangfoldighed både foran og bagved kameraet samt i fortællingerne. Medieproduktionsbranchen gør allerede store indsatser på flere af disse områder. Efter 'Me-Too-problemerne', er der mange steder kommet repræsentanter, som har fokus på etik og medarbejderpleje. Nogle steder er der også indført whistleblower-ordninger.

Det Danske Filminstitut (DFI) har desuden udgivet *Dinosauren i Rummet – En ordbog til den danske film- & tv-branche* (2023) med fokus på at skubbe til endnu mere mangfoldighed i branchen.

Et indsatsområde (for en medieproduktionsvirksomhed) kan altså være at spørge hinanden og ledelsen: Hvordan man ønsker at indføre endnu flere indsatser, der kan løfte et social bæredygtighedsansvar? Det kan fx være gennem at tage flere nye talenter og praktikanter ind i virksomheden. At inkludere medarbejdere med fysiske eller psykiske udfordringer foran og bagved kameraet og at sikre repræsentation af andre etniciteter og kulturelle baggrunde i medieproduktioner.

G for Governance



Bæredygtig ledelse

At skabe bæredygtighedsforandringer og trivsel kræver gode ledere. Miriam Nørgaard fra virksomheden Growing Stories, udtalte bl.a. om ledelse i medieproduktionsbranchen:



Det er jo ikke kun social bæredygtighed, det er jo i rigtig høj grad bæredygtig ledelse. Og det er faktisk noget af det, som jeg synes er det, vi savner allermost i vores branche. [...] Netop også det dér med, at have det som en forretningsmodel, at behandle folk ordentligt. Det synes jeg er genialt, fordi det er jo også det, jeg selv synes er den eneste vej fremad.

Miriam Nørgaard, CEO, Growing Stories, 14/3-24

Nørgaard er CEO i Growing Stories, og for hende er talentudvikling en indlysende del af en virksomhedsleders ansvar. Eksempelvis tager hun gerne praktikanter ind, og de får lov til at medvirke i at udvikle historier og lave research mv. I podcasten “Når den grønne omstilling kommer til medieproduktionsbranchen” (Philipsen & Nørgaard, 2023) indkredser hun, at den næste generation i branchen, er én, som, hun mener, er meget optaget af bæredygtighed, og som kommer til at stille krav til den måde, de ledes på.

Growing Stories vægter også at arbejde sammen med andre virksomheder, for hvem bæredygtig ledelse og social bæredygtighed er et indsatsområde. Sådan beskriver de selv deres samarbejde med eksempelvis Tordenfilm i udviklingen af en ny serie med en bæredygtig fortælling i centrum. Tordenfilm er, som nævnt, et norsk produktionsselskab. CEO'en i dette hedder Eric Vogel.

Hvis vi igen indtænker Klima Isolering, er det en virksomhed, hvor medarbejderne (i hvert fald dem vi talte med) gerne ser en leder eller andre instanser oppefra, der tager ansvar for bæredygtighed:



Ja, det er i hvert fald mit indtryk, at det er klart nemmere at implementere, hvis man ligesom oppefra, også viser, at det er en retning, man gerne vil. Altså, sådan et helt konkret og lavpraktisk eksempel, det ville være, at sådan noget som håndteringen af affald, skrald osv. - alt det der nu kommer fra byggepladsen, jamen at det blev overholdt, og at det også er noget, man følger oppefra, at alle vil det. Det er noget der smitter af. Så der er fokus på det.

Michael Frank Christiansen, HR og kvalitetskontrol, Klima Isolering, 27/3-24



Jeg er ret sikker på, at på et eller andet tidspunkt, så vil vi se en grøn streg under 'klima', fordi det er noget, der er *top of mind* på Mathias' [Mathias Urth Mortensen, Direktør] agenda, at vi gerne vil være det dér skridt foran i vores branche.

Henrik Møller Hollesen, Projektleder, Klima Isolering, 27/3-24

Medarbejderne hér er altså optaget af bæredygtig ledelse. Selv udtalte direktør og ejer af virksomheden, Mathias Urth Mortensen:



Helt grundlæggende er min mission at sikre bygninger korrekt ift. til at redde liv. Med tanke på alle de etagebyggerier, man har set brænde.

Mathias Urth Mortensen, Direktør, Klima Isolering, 16/8-24

Underforstået: det kan jo være lidt lige meget med korrekte ESG-rapporter, hvis folk dør i brændende bygninger, som ens virksomhed har en del af et ansvar for.

ESG-parametre og -rapportering kan medvirke til at skabe en bevidsthed om nogle områder, der måske kan forandres i ens arbejde. Men de må ses i relation til de visioner, man i øvrigt har som virksomhed og film- eller tv-skaber. Og dermed helst ikke blive et mål i sig selv eller skygge for årsagen til, at man arbejder i medieproduktionsbranchen.

Manuskriptforfatter Anne Saabye sagde om det forhold i et oplæg ved SDU d. 5/10-24:



Jeg har lavet kortfilmen *Forskel fra fødslen*, da jeg i 15 år har tænkt på at skrive lige netop denne historie om en kvinde med Downs syndrom. Den kommer fra et dybt sted i mig. At den så rammer et moment, hvor den også kan relateres til social bæredygtighed og repræsentation i forhold til flere skuespillere med et handicap på film, er bare et ekstra plus, men egentlig ikke årsagen til, at filmen blev til.

Anne Saabye, manuskriptforfatter og instruktør, 5/10-24

Saabyes kortfilm *Forskel fra fødslen* (2024) kom altså til at relatere til social bæredygtig pga. lysten til at skrive en historie med værdi for hende, og ikke pga. et parameter om social bæredygtighed. Det er formodentlig meget det afsæt, som de fleste film- og tv-skabere agerer ud fra. Lyt videre til Anne Saabyes refleksioner i podcasten “Når den grønne omstilling kommer til filmtalenter” (Spotify).

OPSAMLING

Fra afsnittene om ESG vil vi opsamle, at indsatser og dialog om klima og miljø i forhold til medieproduktioner, med fordel kan ses i synergi med social bæredygtighed og bæredygtig ledelse. Desuden at det kan være lettende for arbejdet med bæredygtige indsatser at se, hvordan andre virksomheder har indrettet fx affaldssortering, kostumedeling, samkørsel eller andre indsatser via systemer og netværker, der kan lette vaner i hverdagen med film- og tv-produktioner.

Fra forhindring til forandring



Hvordan skaber man forandringer?

Det er vores afsæt i forskerteamet, at større forandringer af arbejdsgange kræver en dyb forståelse af de praksisser (rutinehandlinger), man udfører i arbejds-hverdagen. Vores lille undersøgelse (med deltagere fra medieproduktions-branchen), udpeger, at én af årsagerne til, at den bæredygtige omstilling er udfordret, er de vaner, der forståeligt nok præger den enkelte arbejdsplads eller produktion (Philipsen, 2023). Vaner er svære at ændre.

Det er helt normalt at agere vanebundet. Det gør alle. Men skal man forandre noget, må man være nysgerrig på, hvad disse vaner består af, og hvordan de indgår i den daglige praksis. En praksis er “en rutinemæssig menneskelig handling, der deles af en gruppe praktikere” (Shove et al., 2012). Fx en bestemt måde at indlede filmoptagelser eller skrive manuskripter på.

Vi lærer praksisser at kende via socialisering i et praksisfællesskab, hvad enten det er en familie eller arbejdsplads (Shove et al., 2012). Praksisser er derfor noget vi gør, og som vi sjældent tænker over, fordi de er så dybt integreret i hverdagen, i vores vaner og den ‘tavse viden’ vi har. Samt i gruppens måde at fungere på. Og gruppen er dem, der udgør praksissen. I medieproduktionsbranchen, hvor mange arbejder freelance, kan praksisnormer godt ændre sig eksempelvis fra forfatterum til forfatterum, eller fra produktion til produktion.

En praksis består af materialer (fx kroppe, genstande, landskaber), kompetencer (fx viden, kropslig erfaring, *know-how*) og betydning (fx forventninger, følelser, forståelser og motivation). De tre elementer hænger sammen og former en praksis. Hvis ét af elementerne ændres eller forsvinder, må praksissen også ændres eller ophøre. Vil man skabe forandring, må man derfor forstå elementerne, der indgår i en praksis.

Den nemmeste måde at forandre på, vil typisk være at ændre **materiale dimensionen**. For betydninger og vaner er sværere at forandre end materialer. Inden for medieproduktion kan det fx være, at man anskaffer sig mere energieffektivt udstyr eller et nyt affaldssorteringssystem.

Det er dog ikke altid praktisk muligt at ændre på materialerne. Og derfor må man ofte fokusere på de to andre dimensioner: kompetencer og betydning. Forskning viser, at bare fordi vores viden ændrer sig, medfører det ikke nødvendigvis en ændring af vores praksisser (Shove et al., 2012).

Det kan fx godt være rigtig svært altid at spise sundt, selvom man ved en masse om god ernæring, fordi de nuværende madvaner er indlejret i rutiner, der fungerer til hverdag.

Derfor vil det være vigtigt i forhold til **kompetence dimensionen** at iværksætte ændringer, som skaber nye rutiner, fx at lære nye måder at udføre filmproduktionsopgaver på. Her viser medieproduktionsbranchen og dens organisationer (fx BFTP og Den Danske Filmskole) relevante initiativer til at tilbyde kompetenceløft gennem fx workshops og efteruddannelser. De første danske certificerede 'green managers' er også færdiguddannet nu (2024). Og deres kompetenceløft giver et løft videre til andre i branchen. 'Green manager' er i øvrigt ikke en beskyttet titel. Men kun få, er altså *certificerede green managers*.

Endelig er der **betydnings dimensionen**, hvor man kan arbejde med fx forventninger. Det kan være at få nedbrudt en forventning om, at det ofte er mere bøvlet, tidskrævende og dyrt med en bæredygtig medieproduktion (end ved normal procedure).

Her arbejder man altså bl.a. med *mindsets*. Jo tættere en praksisanalyse kommer på de konkrete praksisser i fx et produktionsselskab, des større er chancen for at skabe en (varig) forandring.



Vores green manager bruger i hvert fald meget mere tid, samt vores kreative afdelinger. Derudover er det simpelthen så bøvlet med elbiler, som koster så meget mere. Men det lærer vi en masse af.

Maria Møller Christoffersen, CEO, Frau Film, 24/9-24

I citatet hér peger Maria Møller Christoffersen fra Frau Film på, at det kan være (eller opleves som) bøvlet og dyrt for et produktionsselskab at medvirke til at skabe en forandring mod mere bæredygtige produktionsprocesser. Men hun adresserede også en villighed til, at hendes virksomhed gerne vil lære nye rutiner. Og dén motivation og indstilling, som hun i øvrigt deler med mange andre i branchen, udgør et betydningsfuldt skridt mod, at en praksisforandring er mulig.

Frau Film valgte, ved testoptagelserne af deres nye spillefilm *Maia mod Verden*, at gennemføre en grøn workshop, som forberedte filmfolkene på, at der nu skal produceres en film, som både i produktion og fortælling involverer bæredygtighed.



Altså, grunden til, at vi har lyst til at lave den her grønne workshop, er, hvis vi har nogle på holdet, der ikke har været på en grøn produktion før. Og det er der mange, der ikke har. Så tanken nu her er, at vi synes det kunne være et dejligt udgangspunkt for os som produktion og produktionsselskab, at vi véd, at alle starter på samme præmis og er informeret. Så der ikke er en masse spørgsmål og bekymringer, når vi går i gang med produktionen.

Laura Bøcher Ursøe, Junior producer, Frau Film, 26/6-24

I citatet illustreres noget centralt ved vanebrud, nemlig at de kan skabe uvished og måske endda utryghed. Produktionschef hos TV 2, Carsten Sparwath, adresserede også, i interviewet med ham, dét med at opleve en utryghed:



Først og fremmest, så er det jo, hvordan det påvirker den kunstneriske frihed. Det er jo ofte angsten for det ukendte. Hvordan påvirker det de frie tankers flow, hvis man har krav om CO2-udledning.

Carsten Sparwath, Produktionschef, TV 2, 22/3-24

Vores projekt udpeger, at usikkerhed over for noget nyt, sommetider kan imødekommes ved at lave tiltag, der gør folk klar over, hvad de indgår i. Eller som faciliterer dialogen herom. Det kan være via en grøn workshop, som dén Frau Film afholdt. Men det kan også være at dele konkrete eksempler med andre.

Hvis man har lyst til at producere en film, hvor klimaforandringer indgår som en omstændighed, men er bange for at det bliver en film med 'løftet pegefinger', kan man se på, hvordan andre har løst opgaven. Det kan medvirke til at øge både motivation *for* og følelsen *af* at have ansvar for noget vigtigt sammen. Og dermed også mindske utryghed ved forandring.

Vaner som forhindringer

En nyere undersøgelse fra september 2023 (udført af BFTP) sår tvivl om medieproduktionsbranchens evne til - i tilstrækkelig grad - at håndtere den grønne omstilling.

Undersøgelsen viser, at mange professionelle i sektoren er usikre på, hvordan de skal integrere bæredygtighed i deres arbejde. Hvordan de fx skal ændre vaner? For bedre at forstå det, må vi lokalisere, hvad de største hindringer for omstillingen er ifølge vores forskning i dette projekt.

I spørgeskemaundersøgelsen, vi udførte i 2023, pegede deltagerne på, at de primært så **tid, penge og vaner** som hindringer for en større grad af omstilling mod bæredygtighed i branchen (Philipsen, 2023). Selvom undersøgelsen ikke var stor, understøttes dens resultater alligevel af de udtalelser, vi har, fra de 15 interviewpersoner i “Green Media Production Development”. Eksempelvis her:



Grundlæggende så koster al omstilling penge, tid eller energi. Ofte alle på en gang. Nogle teoretiske beregninger viser, at man kan spare en million svenske kroner på at vælge de mest klimavenlige løsninger. Den holder bare ikke i retten, før der bliver taget mere drastiske valg gennem alle led fra den første finansiering. Især tiden er en faktor, der koster, hvis vi fx skal fragte *crew* med tog i 6 timer vs. flyve dem i 45 min. Vi skal kigge helt anderledes på det og droppe den vanvittige tanke, at vi skal spare penge, før vi kan lave de forandringer, der er åbenlyst helt nødvendige.

Anne Ahn Lund, green manager, SF Studios, 15/3-24



Det er også dyrere til at starte med, vil jeg sige, altså på den 1. produktion er der jo meget viden og meget tid - man skal lægge nogle vaner om, og man skal bruge mere tid på at planlægge sin logistik om for eksempel. [...] Altså 2. produktion tror jeg, man går nogenlunde i nul, og 3. produktion begynder man at spare penge. Det er sådan min oplevelse, og da vi gjorde det over lang tid i vores produktionsselskab, dér kunne vi helt tydeligt se, at vi sparede penge. [...] Der er også nogle ret tydelige besparelser. Altså fx vandflasker er væk. Jeg tror på én af vores produktioner, sparede vi 4 paller med engangsflasker væk på produktionen, som jo i sig selv er 30.000 kroner, noget den stil i hvert fald.

Ege Heckmann, CEO, Green Producers Club Danmark, 26/6-24

Der eksisterer altså en bekymring om tid og penge ved medieproduktioner. Vi mangler imidlertid mere data om, hvad det egentlig koster at implementere bæredygtige indsatser i produktioner, ikke mindst inden for fiktion. De eksempler, som ovenstående citater læner sig op ad, stammer primært fra produktion af reklamefilm og fakta-programmer, mens dét at producere fiktion ofte kalder på en anden skalering.

En svensk undersøgelse viser følgende omkring fordyrende og besparende aspekter:



Det går trögt inom svensk film att ställa om för att bli mer hållbart – tiden saknas och många tror att det är mycket dyrare. Men kostar det verkligen mer? Om till exempel elbilar är dyrare att hyra än bensindrivna bilar – men elen är billigare än bensinen – blir det verkligen dyrare då? Vi bad miljöombudet Maikol Petersen och linjeproducenten Tess Tammer att verkligen räkna på det. Resultatet visade att man med ansträngningar kan spara över en miljon kronor på en produktion i 30-miljonersklassen!

Tess Tammer, Maikol Petersen & Susanne Ottosson, 2023

Men igen mangler vi mere data for at kunne validere den svenske undersøgelses statement. På svensk hedder bæredygtighed ‘holdbarhed’. Det er et meget betegnende ord i forhold til, at klodens holdbarhed afhænger af, hvordan vi behandler den. Dét, den svenske undersøgelse peger på, er, at det ikke *behøver* være dyrere at producere film og serier mere bæredygtigt. Noget er dyrere, mens andet er billigere. Ege Heckmanns citat adresserer det samme.

Vegetarisk forplejning er fx (ifølge ‘Green Producers Tool’) billigere at servere for filmarbejderne end mad med kød (især rødt kød). Og på mange danske filmproduktioner er vegetarisk mad nu blevet normen (ifølge vores projekts partnere).

De film- og tv-folk, vi har talt med i forbindelse med vores projekt, er ikke (nødvendigvis) enige i den svenske undersøgelses statement om, at man kan spare penge ved bæredygtig filmproduktion. Mange anfører, at det ofte er dyrere at gøre noget anderledes første gang, mens det måske bedre kan betale sig anden gang.

Desuden er det naturligvis også individuelt fra produktion til produktion. Men én ting, vores interviewpersoner i hvert fald var enige om, er, at dét at *planlægge* en bæredygtig produktion, det kræver, at man starter i god tid og involverer meget logistik.

Bæredygtighed kræver tid

Klima Isolering udpegede en sammenhæng mellem tid og vanebrud i relation til bæredygtighed. På spørgsmålet om, hvad de havde oplevet som den største hindring for bæredygtig omstilling, svarede de:



Det er klart *tiden*. Det er i hvert fald en faktor. Men det hænger måske nok også sammen med, [...] at når det bare er buldret derudad det hele, så kommer man lidt til at udskyde nogle ting. Det er helt klart en faktor her i vores firma i hvert fald. [...] Men altså ja, tiden, vil jeg sige. Heldigvis i vores firma, så fra ledelsen af, jamen så har man fokus på det her, og man har dem i ryggen til også at tage nogle skridt i den retning. Det er dejligt.

Michael Frank Christiansen, HR og kvalitetskontrol, Klima Isolering, 27/3-24

Her oplevede de, at bæredygtighedshensyn kan være tidskrævende, især hvis der ofte kræves mere afrapportering:



Man kan sige, dét som der typisk er tungt og dyrt, det er jo mandskab og især timer til at sætte af på og dokumentere, at dét her, det er i orden. Så der skal bruges en del mandetimer, hvis man skal certificere og sikre, at dét man har igennem, det er ok til det, som bygherre efterspørger.

Henrik Møller Hollesen, Projektleder, Klima Isolering, 27/3-24

Frau Films CEO udtalte også:



Vores green manager bruger i hvert fald meget mere tid samt vores kreative afdelinger.

Maria Møller Christoffersen, CEO Frau Film, 24/9-24

En anden faldgrube, som nævnes af vores interviewpersoner fra medieproduktionsbranchen, handler om, at der ved bæredygtighed kan opstå *greenwashing*. Eller at bæredygtighed tager fokus væk fra selve historiens bedste:



Potentielle faldgruber er *greenwashing*, hvor et projekt taler om grøn bæredygtighed i stedet for at implementere det. Der er visse steder hvor budgetbegrænsninger egner sig naturligt til en grøn produktion. Til gengæld kan jeg være nervøs for, at man i visse situationer fjerner fokuset fra selve narrativet samt åbner muligheden for hykleri. Derfor er der behov for tydelige redskaber til at sikre en konstruktiv implementering.

Andrias Høgenni, instruktør og manuskriptforfatter, 18/9-24

Filmskaberes frihed til at gøre dét, der opleves som kreativt og bedst for fortællingen, er et opmærksomhedspunkt, der optræder flere steder i vores interviews. Bæredygtighedsbehov kan til tider kolliderer med kunstneriske vurderinger. Derfor er det vigtigt, at visionen for dét, man gerne vil fortælle, også bærer produktionen frem.

OPSAMLING

Fra afsnittene om vaner og andre forhindringer vil vi opsamle, at vanebrud kan være svære at skabe. Når en travl hverdag glider afsted for enten en medieproduktionsvirksomhed, en broadcaster eller en freelance-filmarbejder, møder de gode intentioner om bæredygtighed travlhed, økonomi og dét, man plejer at gøre, som føles nemmest at fortsætte med. Forandring starter ofte med en øget bevidsthed på et område.

Motivation og adfærd



Motivation til forandring

For at skabe forandring, er det vigtigt at medtænke de typer af motivation og adfærd, der indgår i praksissens betydningsdimension. Men *one size doesn't fit all*, for medarbejdere i medieproduktionsbranchen motiveres selvfølgelig forskelligt.



[...] Det, jeg indtil videre har oplevet, både internt og eksternt, når jeg har snakket om det, er, der er nogle, der er meget skeptiske, og nogle, der er meget entusiastiske. Der er nogle, der allerede gør det helt automatisk.

Carsten Sparwath, Produktionschef, TV 2, 8/3-24

Hvordan føler de enkelte medarbejdere sig motiveret til at bryde vaner? For at komme det nærmere, inddrager vi såkaldt 'målrammenanalyse' fra bogen *Bæredygtig Business* (Høgh & Nygaard, 2021). Forfatterne bag bogen har deres viden fra 'målrammeteorien', som den udlægges af psykologi- og sociologiekspert fra det hollandske Groningen Universitet (Høgh & Nygaard, 2021: 132).

På det hollandske universitet har man arbejdet med tre former for målrammer, der kan hjælpe med at ændre medarbejderes adfærd. Måske har du også været til en workshop, hvor Simon Elsborg Nygaard (altså én af forfatterne til *Bæredygtig Business*) holdt oplæg om motivation i mediebranchen.

Nygaard er erhvervspsykolog og har skrevet en ph.d. i bæredygtighedspsykologi. De tre målrammer, bogen viser, kaldes for: 'hedonistisk-, gevinst-, og normativ målramme' (Høgh & Nygaard, 2021: 133-140). Den 'hedonistiske målramme' relaterer til, om det vil være til besvær at skulle ændre adfærd i stedet for at fortsætte med vanerne. Fx hvis man mest ønsker at følge den linje, i virksomheden eller manuskriptskrivningen, som man plejer.

Vi vælger at kalde dette for ”PLEJER AT GØRE OG NEMMEST VEJEN”. Hvis den vej brydes, kan man nemt føle sig utryg og udfordret.



Der var på denne her produktion, der var faktisk en, han mente ikke, at han fik vand nok at drikke, når han skulle have sin egen drikkedunk med, fordi han satte den alle mulige steder, og så glemte han, hvor den stod.

Annika Lund Jensen, CEO, Produced By, 8/3-24

Citatet om vand-indtag viser, at vaner er svære at ændre. Og at man kan opleve usikkerhed under forandringer.

Ved dét, man kalder for ’gevinstmålrammen’ handler det om oplevelsen af at få noget ud af sin adfærdsændring. Det kan både være i form af materielle goder såsom penge. Men også immaterielle såsom anerkendelse eller *awards*. Vi har valgt at kalde dette for ”DET SKAL KUNNE BETALE SIG VEJEN”. Den vej afprøvede vi (SDU-forskere) sammen med Filmværksted Odense på en række filmtalenter ved at tilbyde dem 5000 ekstra grønne kr., når de søgte filmudviklingsstøtte. Resultatet beskrives i kapitlet “Bæredygtiggørelse af nye talenter inden for dansk TV- og filmproduktion” (2024, Grønning, Birkved & Rasmussen). Vejen viste betydningsfulde potentialer.

Ved den såkaldte ‘normative målramme’ motiveres man gennem at opleve, at det er etisk eller moralsk vigtigt at medvirke til forandring. Vi kalder det for ”DET FØLES VIGTIGT OG RIGTIGT VEJEN”. Det er blandt andet dér, at ildsjæle, der brænder for en sag (bæredygtighed) ofte finder deres primære motivation. Man tager som filmskaber eller medieproduktions-virksomhed et aktivt valg om at arbejde på en bestemt måde, uden at man bliver tvunget til det eller opnår profit.

Det er vigtigt at tilføje, at hvert individ ikke kun hører under én bestemt målramme. Men at man godt kan besidde lidt af alle tre målrammer på én gang (eksempelvis i forskellige situationer).

”DET FØLES VIGTIGT OG RIGTIGT VEJEN” kan man mene blev anvendt i konceptet ‘Dogme 95’. Her beskrev et manifest for filmskabere vigtigheden i at tænke film på nye måder. Derpå fulgte 10 konkrete arbejdsdogmer. Annika Lund Jensen fra Produced By og Ege Heckmann fra Green Producers Club Danmark, lavede også forsøgsvis fem dogmer, med det formål at motivere filmfolk til at skabe mere bæredygtige fortællinger:



Og så gik vi ind og lavede vores, de her fem benspænd, og vi valgte at kalde det benspænd, fordi vi vidste, at vi skulle snakke til en kreativ branche. Så det dér med krav, det falder aldrig rigtig i god jord. Men er det benspænd, så er det lidt mere spændende, fordi det lyder også lidt mere kreativt.

Annika Lund Jensen, CEO, Produced By, 8/3-24

Hvad de hér lændede sig op ad var, at den kreative branche kender begrebet ‘dogmer’ fra ‘Dogme 95’. Det lyder mere appellerende at arbejde med dogmer end fx ESG-krav. En ide kan derfor være at formulere dogmer eller et manifest for ens virksomhed eller filmteam. Det harmonerer godt med undersøgelser af kreatives skabelsesprocesser, hvor det ofte er frugtbart at arbejde inden for dét, man også kan kalde for rammer eller ‘stilladsering’ (Philipsen, 2009). De kan give ens skabelse en retning og et fokus, som kan virke befordrende for både motivation, produktivitet og kreativitet.

Nu retter vi lyset mod de **forhindringer**, som medieproduktionsbranchen selv har udpeget som udfordrende for en bæredygtigere omstilling.

Hvad oplever mediebranchen videre som forhindringer?

I spørgeskemaundersøgelsen (Philipsen, 2023) spurgte vi, som nævnt, danske produktionsselskaber, hvad de så som de største hindringer for den grønne omstilling. **57%** skrev, at de ikke havde nok tid. **48%** skrev, at det var for **dyrt**. Mens **39%** pegede på **vaner** som forklaring. Og at vaner er svære at ændre.

Selvom det ikke er en repræsentativ undersøgelse, udpegede den alligevel nogle tendenser. Den viste bl.a., at ”PLEJER AT GØRE OG NEMMEST VEJEN” kan være svær at bryde. Altså de indgroede vaner. Mens oplevelsen af, at bæredygtigheds-omstillingens problem er, at den tager for meget tid og koster for mange penge, kan relatere til ”DET SKAL KUNNE BETALE SIG VEJEN”.

En medieproduktionsbranche kan have svært ved at foretage praksisændringer, fordi den - som mange andre brancher - er præget af stærke praksistraditioner. Det skyldes bl.a., at, så længe en praksis fungerer (opleves som at fungere og/eller ikke er blevet udfordret af nye tilgange), er den svær at forandre pga. rutineelementet (Philipsen & Iversen, 2024: 165).

For den danske branche har det, som nævnt, også spillet ind, at den de senere år har været igennem nogle store rettighedskampe og dermed også økonomiske kriser og visse steder udviklingsstop.

Når de basale vilkår ikke er tilstrækkeligt til stede i en praksis, er det svært at foretage forandringer. At ændre vaner i en sådan situation, kan nemlig opleves som sekundært. Man har simpelthen mindre motivation og energi til det. Især hvis man opfatter bæredygtighed som dyrt og i forvejen er økonomisk presset:



Så er der selvfølgelig også bekymringer omkring tid og at registrere det og lave regnskaber. Så det er et tidsspørgsmål og så et pengespørgsmål. Der er sådan en forventning om, at det kommer til at koste flere penge. Eller en bekymring om, at det kommer til at koste flere penge.

Carsten Sparwath, Produktionschef, TV 2, 22/3-24

Ifølge en del af dem, vi har interviewet i projektet, kan det hjælpe branchens omstilling, hvis den får nogle flere retningslinjer eller krav at arbejde ud fra. Dermed tager andre en del af ansvaret for, eller det bliver et fælles ansvar, at forandringer skal ske. Og så gælder det *alle* produktionsselskaber. I stedet for at være noget, man selv skal rammesætte.



Når vi snakker om krav til produktionen, så synes jeg, at jeg hører de fleste sige, at de synes, det er rart med tydelige krav om, hvad de skal leve op til. Så det ikke er sådan, at de skal gå og gætte lidt på, hvad man ønsker hos de forskellige platforme, man afleverer til. Altså, jeg har hørt mere kritik af, at fx DFI, ikke er kommet ud med nogle tydelige krav endnu, end jeg har hørt ros af, at de ikke er. Det dér med ikke rigtig at vide, hvad der er på vej, det tror jeg de fleste synes er ubehageligt.

Ege Heckmann, CEO, Green Producers Club Danmark, 26/6-24

Annika Lund Jensen sagde også:



Jeg tror desværre, at der skal krav til, for at der sådan for alvor kommer skub i tingene. Altså, det kunne jo være rart, at det bare var noget folk tænkte 'det er jo en god sag, selvfølgelig skal vi dét, det er der da ikke nogen tvivl om'. Men jeg tror desværre, vi bliver nødt til at have krav, fordi den kreative branche vil gerne være meget sådan enerådig, eller hvad man kan sige. De vil gerne have lov til at bestemme tingene. Så hvis der ikke er et krav på det, jamen, så er der ikke nogen, der forholder sig til det. Eller der er nogen, men størstedelen gør bare tingene som de plejer.

Annika Lund Jensen, CEO, Produced By, 8/3-24

I citatet her illustreres, at det ikke altid opleves som nok med ”DET FØLES VIGTIGT OG RIGTIGT VEJEN”. Men at man også kan motivere med krav.

Det kan desuden blive (eller opleves som) konkurrenceforvridende, hvis bæredygtighedstiltag er *nice to have* og ikke *need to have*. Der efterspørges altså, ifølge projektet, krav stillet oppe fra. Men der er selvfølgelig altid både fordele og faldgruber ved sådanne. Dem peger vores interviews også på nogle af. Her er et eksempel:



Kreative begrænsninger kan altid bruges i den kreative proces. Til gengæld kan der opstå situationer, hvor fx. økonomiske dogmer fra fx DFI medfører en overflod af *one-location* film, hvor det kvæler den kreative energi hellere end at øge kreativiteten. Denne form for kvælning må aldrig ske, når det kommer til grøn bæredygtighed i skabelsesprocessen.

Andrias Høgeni, instruktør og manuskriptforfatter, 18/9-24

OPSAMLING

Fra afsnittene om motivation og adfærd vil vi opsamle, at indsatser og dialog om vaner og motivation til vanebrud, med fordel kan tages op i branchen. Desuden kan det være lettende for arbejdet med forandringer, måske at formulere dem i en virksomhed eller som filmskaber. Det kan være, at man mindes om forandringer på en god måde ved at hænge et motiverende manifest eller en række bæredygtigheds-dogmer op. Men mennesker motiveres selvfølgelig forskelligt, så der er divergerende veje til praksisforandringer i branchen. Nogle foretrækker fx krav oppe fra. Mens andre helst er fri. Nogle arbejder godt med forandringer ved at opnå ekstra midler. Mens andre drives bedst af værdier inde fra.

Bæredygtighed i branchen



Stærk og svag bæredygtighed

Hvad menes der egentlig med begrebet bæredygtighed? Grundlæggende betyder ‘bæredygtigt’, at en proces kan opretholdes (bæres) på ubestemt tid, uden at de elementer (fx materialer, arbejdskraft), som indgår i den, ødelægges og forsvinder eller skaber andre problemer - eksempelvis ophobning af giftige stoffer i miljøet (Johnston et al., 2007). Skal vi blive mere præcise, kan vi også skelne mellem såkaldt ‘svag og stærk bæredygtighed’ (Press, 2021; Dietz & Neumayer, 2007).

I en **svag bæredygtighedsforståelse** forholder man sig ikke til andelen af henholdsvis naturlige og fabrikerede ressourcer, samt hvorvidt der bliver færre eller flere af den ene eller anden kategori. Man anser en proces som bæredygtig, hvis der bare bliver ved med at være samme mængde ressourcer til rådighed, hvad enten der er tale om naturlige eller fremstillede.

Her er både natur og mennesker noget, man kan forbruge, hvis ellers der bliver ved med at være samme mængde ‘ressourcer’ til rådighed. Problemet med den tilgang er, at naturen ikke et uudtømmeligt råstoflager, som mennesket bare kan bruge løs af efter forgodtbefindende.



FAKTA

Den svenske professor i miljøvidenskab, Johan Rockström (2009), har identificeret 10 planetære grænser, som mennesket i sit ressourceforbrug ikke bør overskride, fordi de naturlige systemer ikke er ubegrænsede. Der er tale om elementer, som alle kan måles (fx om biodiversitet, forsurening af verdenshave samt cykler relateret til nitrogen og fosfor). Af disse grænser er tre allerede stærkt overskredet.

Den svage bæredygtighedsforståelse kalder ‘kun’ på at gøre noget ved problemet på overfladen. Altså at arbejde på mikro-niveau. Fx en tøjvirksomhed, der tilføjer genbrugsplast til sin fremstilling af kunststoffer. Men som ikke grundlæggende ændrer sin forretningsmodel.

Stærk bæredygtighed beror derimod på, at man grundlæggende ændrer sine praksisser og sin forretningsmodel, så den reelt bliver bæredygtig. Her arbejder man med de store linjer på makro-niveau.

- Hvordan en branche behandler og sørger for at bevare sine ‘ressourcer’, herunder de mennesker som leverer arbejdskraft.
- Hvad værdi er i et bæredygtighedsperspektiv (værdi for det levende), og hvordan man fremmer disse.
- At man arbejder sammen, så strukturelle forhold ændres, frem for hver for sig.
- At man foretager et grundigt eftersyn af sine normer og forretningsmodeller, samt ikke mindst ændrer dem, hvis de ikke medvirker til et bæredygtigt samfund.

Der kan altså i mange tilfælde være tale om en ret grundlæggende gentænkning af eksisterende praksisser. Som forskeren, Menea Press, har fremhævet:



We need to measure value creation not only in terms of profits to shareholders, but also in terms of contributions to the wellbeing of human and non-human stakeholders and the ecosystems of which we/they are a part.

Press, 2021: 102

Som et led i en sådan analyse er det oplagt at detaljere den ved inddragelse af ESG-parametre. Når man forholder sig til dem, 'sikrer' man, at CSRD-rapportering ikke bare bliver en symbolsk og bureaukratisk opgave - eller måske ligefrem *greenwashing*. Men at ens bæredygtighedsindsats reelt medvirker til at gøre en forskel og skabe en større bevidsthed.

Endelig anfører Press også, at stærk bæredygtighed gerne styrkes, når man er flere, der går sammen. Den har altså dårligere vilkår ved 'silo-tænkning' fra de enkelte virksomheder eller skabere. Dette viser sig fx, hvis man er flere, der i fællesskab efterspørger mere grøn strøm eller flere elbiler hos underleverandørerne. De tager presset mere alvorligt, jo større efterspørgslen og fællesskabet er.



Jeg synes nu, over en bred kam, at folk er relativt gode til at vidensdele. Så er der måske nogle specifikke ting, man ikke fortæller om. Men det som er nogle fælles udfordringer, fx med underleverandører, at man bliver nødt til at stille krav til, at de kan levere det ene og det andet; det betyder enormt meget for sådan en fælles omstilling. Og der synes jeg faktisk, at de er ret gode de forskellige selskaber til at fortælle, både hvad de har bedt fx Europcar om, og de også beder andre om at bede Europcar om det samme i forhold til en bilpakke, så de ligesom går sammen dér om at skubbe til en udvikling.

Ege Heckmann, CEO, Green Producers Club Danmark, 26/6-24



Min kollega Anne Diemer og jeg startede med at have en række dialogmøder med branchen, som vi kaldte 'klimakaffe'. Det drak vi i et lille års tid med mange forskellige mennesker, for at høre hvad de tænkte og gjorde, og samtidig også for at begynde at introducere vores tanker og tiltag, som så ramte producenterne i efteråret 2023, hvor vi begyndte at stille krav til at aflevere bæredygtighedsplaner.

Carsten Sparwath, Produktionschef, TV 2, 22/3-24

En anbefaling kan således være at dele visioner og erfaringer om bæredygtighed. Men fællesskabsfølelse og videndeling kan (især på tværs af virksomheder) være udfordret af, at man jo samtidig er konkurrenter i branchen.



På et filmhold og i Frau Film, er det vigtigt, at det bliver en holdindsats. Altså man skaber en eller anden følelse af, at det er noget, vi gør sammen. Det er ikke noget, jeg skal gøre helt alene, det er noget vi gør i Frau Film som firma, det er noget vi gør på et filmhold som en samlet enhed, fordi det er det, der er visionen og det er det, vi gerne vil. Altså udforske og have det sjovt med, at vi skal gøre det så grønt som muligt. Det tror jeg er vigtigt for motivationen, og at man har lyst til at være en del af filmen og Frau Film.

Laura Bøcher Ursøe, Junior producer, Frau Film, 26/6-24

Her appellerer Frau Film især til “DET SKAL FØLES VIGTIGT OG RIGTIGT VEJEN” som en fælles motivation.

Savner mere oplyst grundlag

På et brancheseminar om bæredygtighed (d. 30/10-23 på DFI) var inviteret film- og serie-skabere. Sammen dialogsatte de bæredygtige udfordringer og valg. I et panel var bl.a. episodeinstruktøren på *Borgen* sæson 4, Mogens Hagedorn, og manuskriptforfatter, Emilie Lebeck Kaae. De udtrykte begge, at de ikke var specielt vant at tænke klima i forbindelse med seriearbejde. Men var indstillet på at ændre vaner, hvis de fx fik krav eller et oplyst grundlag at agere ud fra (Philipsen, 2024: 61). Her appellerede de antageligt til ‘VI-PLEJER-OG-DET-ER-NEMMEST-VEJEN’.

Både manusforfatter og instruktør efterlyste mere information om CO2-aftryk, så man kan arbejde på et oplyst grundlag allerede i manuskriptudviklingen. Mogens Hagedorn foreslog, at man fx kan få udstukket rammer for et bestemt CO2-budget til en produktion at arbejde ud fra.

Han fortalte, at selvom man rent værdimæssigt gerne vil arbejde bæredygtigt, er det ofte noget andet, der er *top-of-mind*, når man er ude at filme.

På DFI-seminaret fortalte de to skabere også, at i et afsnit af *Borgen*, der blev optaget under Covid-19-pandemien, skulle de skabe en scene med Birgitte til et politisk Bruxelles-topmøde. På grund af pandemien var der forbud mod at udføre optagelser i Belgien. Derfor måtte de tænke kreativt inden for det muliges kunst. Og sådan blev filmoptagelser i Farum Golfklub en løsning (Philipsen, 2024: 62).

Pandemien blev i det hele taget en udefrakommende omstændighed, der krævede, at medieproduktionsbranchen hurtigt måtte omstille sig og ændre vaner. Den finske filmforsker Pietrai Kääpä har demonstreret, at branchen dengang faktisk var hurtig til at omstille sig til nye krav (Kääpä, 2022).

Det viser, at den er villig til at ændre vaner og praksis, hvis krav, motivation og omstændigheder er 'de rette'. Det kan være motiverende at have i tankerne, når man ønsker at skabe forandring. Dog var man dengang klar over, at pandemiens krav kun ville vare en kortere periode. Mens krav i regi af bæredygtighed kræver vedvarende forandringer.

Et citat fra Klima Isolering om deres affaldssortering på store byggeprojekter, illustrerer hvad krav og regler kan medvirke til.



I store projekter, dér kan det faktisk ikke rigtigt lade sig gøre og negligere det her med at sortere affald og sådan noget, fordi det giver rap over nallerne ude på byggepladsen. Et godt eksempel er jo bare det her med, at vi jo faktisk slet ikke må køre affaldet væk. Det skal deponeres i de rigtige sektioner ude på pladserne, og det giver simpelthen bøder ellers.

Michael Frank Christiansen, HR og kvalitetskontrol, Klima Isolering, 27/3-24

Så selvom man måske synes, at medieproduktionsbranchens kreative behov ikke er forenelige med ESG-rapportering, er det nødvendigt at forholde sig til de muligheder, de giver, og den ambition de er tilrettelagt efter; i stedet for (udelukkende) at fokusere på de begrænsninger, de skaber, og/eller den ekstra tid, de tager.

OPSAMLING

Fra afsnittene om stærk og svag bæredygtighed vil vi opsamle, at en stærk bæredygtighedskultur kræver nogle ret gennemgribende ændringer. Det kræver også (i bedste fald), at man skaber den sammen og videndeler med hinanden i branchen. Sommetider sker ændringer på baggrund af udefrakommende omstændigheder, som eksempelvis Covid 19-pandemien. Men modsat pandemien, er naturens behov for forandrede produktionsprocesser, antageligt ikke væk om et par år.

Bæredygtighed i fortællinger



E't i danske produktioner

Bæredygtighed i selve medieindholdet (eksempelvis fortællingerne i film og serier) bærer et potentiale, som endnu er relativt lidt benyttet.



En af de helt store ting, der vil ændre sig, det er jo at CO2 er ved at blive en valuta. Og derfor bliver man nødt til at forholde sig til den på alle planer, også når man skriver indholdet.

Der har været en undersøgelse af - i de sidste 20 år, hvor meget klimaforandring er blevet nævnt af manusforfattere i EU og det var noget med 1 eller 2% af manuskripter at det ligesom havde med som et emne overhovedet altså som ord, at det var blevet nævnt i de her manuskripter, har man lavet nogle undersøgelser på det, og det er jo sådan noget, hvor man tænker, okay, det her har eddermame også været undereksponeret i forhold til hvor kæmpe en historie og kæmpe en udfordring det er, at vi står over for som menneskehed.

Ege Heckmann, CEO, Green Producers Club Danmark, 26/6-24

En undersøgelse viser, at klimaforandringer er minimalt repræsenteret i film og tv-serier (Giaccardi, 2022). Analysen, som omfattede 37.000 manuskripter fra 2016 til 2020, viser en markant lav grad af omtale af klimarelaterede emner. Kun 2,8% blandt de analyserede manuskripter, indeholdt klimaforandringsrelaterede nøgleord. Og blot 0,6% nævnte specifikt ordet "klimaforandringer" (Giaccardi, 2022).

Det er relevant for medieproduktionsbranchen at adressere bæredygtighed allerede i beslutningsprocessen. Dette er en praksis hos fx TV 2. Når de får pitchet en ny ide, spørger de ind til, hvordan den er tænkt relateret til bæredygtighed. For TV 2 er dette spørgsmål lige så vigtigt som fx at spørge, hvilken målgruppe ideen er rettet imod.

Creative Europe Media skrev i 2022 på lignende vis: "Green filming must start from the script." (Creative Europe Media, 2022: 4). Altså bæredygtighed i film/serieskabelse bør starte allerede på manuskriptplan.

Men *hvor* i danske film og serier eksisterer der så fortællinger med bæredygtighedsindhold, som forholder sig til E'tet? Det mangler vi fra forskningens side mere data på.



FAKTA - om TV 2 produktioner

2022 = 6 produktioner

2023 = 17 produktioner

2024 = 24 produktioner (indtil oktober 2024)

TV 2 har forsynet os med ovenstående opgørelse, der gælder antal TV 2-produktioner med et bæredygtigt indhold og/eller produktionsforhold inden for kategorierne: dokumentar, underholdning, reality og fiktion. Dét, vi kan konstatere er, at produktioner relateret til E'tet har været voksende hos TV 2 over de sidste tre år.

Det er desværre ikke lykkedes forskerteamet at få lignende opgørelser fra DR (Danmarks Radio) og DFI (Det Danske Filminstitut). Det er en anbefaling fra forskningens side, at flere opgørelser, fx over antal bæredygtige produktioner, iværksættes fremadrettet. Uden et større datagrundlag, er det svært at vurdere en forværring eller forbedring. Forandring kræver, at man kender udgangspunktet.

DR har omtrent de samme ESG-rapporteringskrav som TV 2, da de betragter sig som en stor produktionsvirksomhed, selvom DR er statsejet.

Man kan læse mere om de nye bæredygtige skridt, som DR har taget, bl.a. på deres website under overskriften “DR tager næste skridt i indsatsen for bæredygtig produktion”. Mange af DR's indsatser for bæredygtighed er in-house, hvilket harmonerer godt med, at de fleste DR-produktioner produceres hos dem selv (modsat hos TV 2).

De handler altså om DR's biler, strøm, kantine mv. Men hvor mange produktioner, der er relateret til E'tet i bæredygtighed hos DR, er altså uvist i skrivende stund.

De praktikere, vi har interviewet til projektet, nævner elementet 'bæredygtige fortællinger' forsigtigt. Men samtidig viser udviklingen af nye film og serier, der er undervejs, at nye fortællinger er på vej, som implicit eller eksplicit relaterer til bæredygtighed. Der er både eksempler på reklamefilm, spillefilm og serier undervejs. Danske seere får således flere bæredygtighedsfortællinger at spejle sig i fremover.

Underholdningsindustriens film og tv-fortællinger kan, ifølge forskeren Abby Prestin (2013), potentielt set give indsigt i menneskelige tilstande. De kan både fremkalde følelser af påskønnelse og engagere seerne i en uddybning af et indhold. De kan sætte spor, der vedvarer, selv efter filmen, serien eller udsendelsen ender.



It is possible to educate the consumers themselves in subtle ways through the productions, e.g. by building a sustainable mindset into the script.

European Film Forum, 2021:3

Film og tv-fortællinger har således en potentiel effekt på seerne. Men effekterne er svære at måle. I vores undersøgelse var det forskelligt fra interviewperson til interviewperson, hvor meget de vægtede fortællingers påvirkning.



Jeg tror, [filmfortællinger] har en kæmpe påvirkningskraft. Altså, det kan man jo se på alle mulige måder, også negative måder. Så derfor kan det jo også påvirke positivt. Film og serier kan jo skabe trends og bevægelser og har også gjort det på måder, der skaber mere forbrug. Altså, man taler jo om "planet placement" som en måde at bruge den magt og de kræfter til at fremme en anden agenda end, at vi skal ud og købe en masse ting.

Ida Meisling, Manuskriptstuderende, SDU, 6/5-24

Hvis vi følger forskeren Prestin, kan eksempelvis dét at se karakterer stå over for udfordringer, relateret til klimakriser, påvirke seerne, især hvis de oplever karakterer, der klarer skærene. Undersøgelser tyder på, at relaterbare såkaldte *underdog*-fortællinger kan generere et følelsesmæssigt brændstof, der kan inspirere seerne til at stræbe efter mål og håb (Prestin, 2013: 336). Filmen *Erin Brockovich* (2000) er eksempel på en *underdog*-karakter-film om klimakonsekvenser og kamp for retfærdighed.

Fortællinger på tre niveauer

Såkaldt ‘Green storytelling’ er en samlebetegnelse for fortællinger, der rummer elementer af bæredygtighed (Jacimovic, 2021). De kan fungere på tre niveauer, kaldet for: ‘implicit’ (underliggende), ‘eksplicit’ (tydeligt) eller ‘pragmatisk’ (produktionel) bæredygtige fortællinger. De tre niveauer nævnes også i såkaldt grøn tjekliste, som MOIN (en tysk filmorganisation under Hamburg Film Fond) har på deres website. TV 2’s Carsten Sparwath forklarede det også illustrativt her:



Vi begynder at introducere nu, fokus på green storytelling. Det gør vi her fra foråret [2024], hvor vores producenter begynder at arbejde med et værktøj inde i Green Storytelling. Og det er på tre parametre. Det er den implicitte green storytelling, altså hvor det ligger inde i historien. Det er ikke et tema, det ligger inde, typisk hos nogle karakterer, som har en bæredygtig adfærd, viser bæredygtig adfærd. Så er der den eksplicitte, hvor det er et tema, hvor det simpelthen er, at det handler om oversvømmelse, tørke, forbrugere. Og så er der det produktionselle, altså hvor man på manuskriptniveau kigger på, hvor mange forskellige locations har man. Ligger de langt fra hinanden? Hvor meget transport er der? Hvor mange nattescener har man, hvor man skal ud med en stor lyspakke? Altså hvordan har man designet sit manuskript, eller konceptueret sit manuskript. Det er ligesom ud fra de tre parametre, vi kommer til at arbejde på med det.

Carsten Sparwath, Produktionschef, TV 2, 22/3-24

Udfordringen med grønne tjeklister kan, ifølge vore interviews, være, at film- og tv-skabere typisk ikke motiveres bæredygtigt af ja/nej-spørgsmål.

Carsten Sparwath har gjort opmærksom på, at den grønne liste fra MOIN til gengæld godt kan være velfungerende som dialogværktøj eller til at give 'grønne noter' (feedback). TV 2's producere bruger det sådan og tager afsæt i spørgsmålene for at skabe dialog med fx manuskriptforfatterne.

Green Storytelling kan, som nævnt, opdeles i tre hovedkategorier:

1. **Pragmatisk Green Storytelling (bæredygtige manuskriptbeslutninger):**
Manuskriptbeslutninger, såsom valg af optagelsessted og -tid, scenografi og special effects, træffes på en bæredygtig måde for at forbedre produktionens CO2- og energibalance. (Overlap med Green Producing)
2. **Implicit Green Storytelling (karakterernes adfærd & billedsprog):**
Integration af miljø- og bæredygtighedstemaer i historierne uden at nævne eller fremhæve dem eksplicit. *Settingen* og/eller karakterernes handlinger er bæredygtige: I baggrunden ses vindmøller, karaktererne bruger miljøvenlige transportmidler, vælger genanvendelige materialer, reducerer affald, sparer på energien, foretrækker bæredygtig kost, engagerer sig i naturbeskyttelse og forbruger ansvarligt, osv.
3. **Eksplicit Green Storytelling (tematisk integration):**
Temaer som klimaforandringer, biodiversitet, miljøbeskyttelse, miljøvenlige innovationer og bæredygtighed integreres eksplicit i spillefilm, serier og andre formater og fortælles kreativt. Disse temaer er i fokus og påvirker hovedpersonerne direkte.

Oversættelse fra MOINs tjekliste.

Fortællinger kan påvirke seerne

Inspiration til vanebrud kan potentielt set godt opstå gennem at *se* film, serier eller udsendelser, der italesætter bæredygtighedskonflikter og -valg (Prestin, 2013). Hvis fortællinger formår at appellere til dét, vi ovenfor kaldte for "DET FØLES VIGTIGT OG RIGTIGT VEJEN" hos seerne, kan man involvere refleksioner over fx grønne vanebrud. Manuskriptstuderende, Ida Meisling nævner også dette potentiale hos serier og film, da vi interviewede hende.



Der er vel ikke mange medieformer, der har folks opmærksomhed mere intenst end en spillefilm eller en serie - sammenlignet med fx en artikel eller en rapport fra FN's klimapanel. Jeg kunne godt savne, at film og serier i højere grad afspejler den virkelighed, vi lever i, hvor mange folk faktisk prøver at leve grønnere - og dermed også være med til at skabe forbilleder.

Ida Meisling, Manuskriptstuderende, SDU, 31/10-24

En serie som *Valdes Jul – Skovens Vogter* (2023) diskuterer menneskers relation til naturen (det såkaldt antropocæne). Den kan dermed potentielt set prikke til seernes måder at tænke det forhold på. Er det fx en god eller dårlig ting at gå ud i skoven og fælde et juletræ? Hvem ejer egentlig skoven? Osv.

Hvis fortællinger skal lykkes med at skubbe til seernes tanker og følelser angående bæredygtige forhold, skal det gerne gøres på komplekse og nuancerede måder, der ikke taler ned til seerne. Og som stadig bevarer kvaliteten bag en god serie eller film. Ligesom det skal komme fra skabere, der synes, at den type fortællinger passer til deres visioner. Manuskriptstuderende Ida Meisling er én af dem. Hun stiller spørgsmålet: "Hvad gør mest indtryk på folk? En rapport eller en film om bæredygtighed?" Ifølge Prestin er det filmen, fordi den direkte involverer følelser.

For nogle skabere passer det godt at lave implicitte bæredygtighedsfortællinger (altså at trække det i baggrunden, der peger på noget bæredygtigt). For andre vil de gerne have mere eksplicit fokus på bæredygtighed. For atter andre, handler fortællingen hverken implicit eller eksplicit om bæredygtighed. Men de indretter den efter at blive bæredygtigt produceret. Og overvejer fx vigtigheden af natscener i stedet for dagsscener i deres fortællinger for at spare på strømgeneratorer.

Manuskriptforfatter Bo Hr. Hansen fortalte i et oplæg d. 20/4-24 på SDU, at for ham og Vinterberg er *Familier som vores* (2024, TV 2) mest en serie om afsked, og hvad den gør ved familierelationer. Mens omstændigheden for afskeden er den stigende vandstand i Danmark. Dét kaldte Hansen for en “implicit bæredygtighedsfortælling”.

Endnu mere fiktion kunne fremadrettet produceres inden for bæredygtighed-rammer af varierende slags. Fx udtaler Laura Bøcher Ursøe fra Frau Film dette.



Vi synes ikke, der er lavet en film i Danmark, der har et tydeligt grønt budskab. Der er lavet en masse dokumentarer som er klimaorienteret, men det er meget få fiktionsfilm. Så jeg tror bare, vi synes, det er vigtigt, at der bliver lavet en. For det er ret vildt, det ikke er blevet lavet, når det er en samfundsomspændende problematik, og noget der fylder i vores hverdag over det hele.

Laura Bøcher Ursøe, Junior producer, Frau Film, 26/6-24

OPSAMLING

Fra afsnittene om bæredygtighed i selve medieindholdet opsamler vi særligt dette: Fortællinger - relateret til bæredygtighed - siges at fungere på tre niveauer. Enten er det eksplicit og markant til stede i fortællingen. Eller implicit - altså mere trukket i baggrunden. Endelig kan det også være til stede på måder, der betyder noget for selve produktionen af indholdet, og så kalder man det for 'pragmatisk green storytelling'. Det kan være, at der i beskrivelsen af en fortælling på manuskriptplan står, at det er en dagsscene; som derved er mindre strømning at producere end en natscene. Der er plads til alle tre niveauer.

Krav og certificeringer



GREEN FILM

Green Film certificering

I 2017 lancerede den italienske filmfond, 'Trentino Film Fund', det nuværende Green-Film-certificeringssystem. Visionen var (og er stadig) at motivere europæiske produktionsselskaber til at producere mere klimavenligt. I dag er certificeringen blevet et fælles europæisk redskab, der kan hjælpe mediebranchen med at omstillingsoptimere (Gjerulff, 2021: 15).



FAKTA - om Green Film-certificering

Foreløbig er disse danske fiktionsproduktioner fra den danske medieproduktionsbranche 'Green Film-certificeret': Serierne *Valdes Jul* (2023), *Graverne* (2024) og *Hvide Sande* (2025) samt filmen *Paranoia* (2024). Dvs. at disse fiktionsproduktioner (i skrivende stund) har samlet point nok i Green-Film-systemet, til at opnå et certifikat. Det gælder også en række udsendelser fra TV 2's program-afdeling som fx *Vild med dans*. Et certificeringssystem kan bl.a. medvirke til at give skaberne nogle klare rammer at arbejde inden for og leve op til.

Når det vurderes, om en produktion kan modtage en certificering, skal produktionen leve op til pointsystemet. Hvis en produktion scorer 25-60 point, og godkendes af en auditor, opnås en certificering. Et problem er imidlertid, at en sådan procedure koster penge. Det udfordrer især de små, danske medieproduktionsvirksomheder. Flere af dem, vi har interviewet, adresserer, at de gerne vil have deres produktioner certificeret Men at de desværre ikke har råd.



En måde at dokumentere på er via certificeringer. Med certificeringer det muligt at vise over for kunderne, at ens produkter eller virksomhed som helhed lever op til visse standarder og krav. Findes der stærke certificeringer på dit felt eller marked, kan det være en fordel at have disse.

Høgh & Nygaard, 2021: 69

I medieproduktionsbranchen hedder certificeringsordningen altså 'Green Film'. Men flere af dem, vi har interviewet, efterlyser alternativer. Certificeringer *kan* fungere som en intern motivation for virksomheder og filmskabere. De kommer derved til at fungere som anerkendelse af bæredygtigt arbejde, hvilket aktiverer "DET SKAL KUNNE BETALE SIG-VEJEN".

Men de kan også arbejdes frem mod, 'bare' fordi man synes, det er det rette at gøre. Selvom sæson 1 af *Valdes Jul* blevet produceret, før TV 2 officielt indførte krav om bæredygtighedsplaner fra eksterne leverandører, valgte Cosmo Film som produktionsselskab alligevel at arbejde med bæredygtighed både i seriens produktionsform og selve fortællingen. I pressematerialet for serien, blev producer Michel Rydgeskov citeret for dette udsagn:



Det kræver et stort fokus, særligt i sine forberedelser, at omstille selv ret små ting i vores branche. Det er noget, vi skal blive bedre til, selvom vi nok ofte fortæller os selv, at det er en af vores spidskompetencer. Vi har taget toppen af vores CO2-udledning. [...] Men vi har stadig til gode at skulle spare og omstille os der, hvor det gør ondt. Det er nødvendigt, og det bliver de næste skridt, vi tager.

Michel Rydgeskov, Producer, Valdes Jul, 2023

Produceren udtrykker altså her, at Cosmo Film er bevidst om, at bæredygtighed fordrer en indsats, der kan gøre ondt. Det er vanens magt, han omtaler. *Valdes Jul*'s 'Green-Film-certifikat' scorede 38 point. Det skete blandt andet (ifølge TV 2's eget website) ved disse tiltag: 1) Ingen brug af engangsservice. 2) Affaldssortering blev indført på produktionen. 3) Reduceret brug af print af manuskripter. 4) Skift til LED-belysning og bruge strøm fra det lokale netværk.

Man kan sagtens lave klimaregnskaber eller arbejde bæredygtigere på medieproduktioner uden nødvendigvis at ville opnå en 'Green-Film-certificering'.



Det er vildt dyrt at blive grøn certificeret. Så som et lille produktionsselskab, er det ikke noget, vi bare lige putter ind i vores budget at bruge de ekstra penge på et grønt certifikat. Så selvom vi gør alle de her ting, så er det jo så nogle gange noget, man ikke kan se. Vi kommer dog til at bruge pengene på *Maia mod Verden* [den kommende spillefilm], fordi vi føler vi er nødt til det, for at blive anerkendt for vores grønne arbejde. Jeg synes bare, det er ærgerligt, at det er noget, man ikke kan få, fordi man har gjort et godt stykke arbejde, i stedet for at det skal være, fordi man har en stor økonomisk kapacitet til at købe sig til det. Og det er ikke så svært at blive grøn certificeret, så man kan godt gøre mere end det.

Laura Bacher Ursøe, Junior producer, Frau Film, 26/6-24

Her følger et citat fra Annika Lund Jensen, hvor hun foreslår en alternativ type certificeringsordning, som på visse punkter minder om den DGNB-ordning, vi mødte i byggebranchen.



Altså, det er en ret dyr certificering synes jeg. [...] Jeg synes måske, det er vigtigere at gå ind og lave en afrapportering, end det er at lave en certificering. Fordi når man afrapporterer, bliver man ret bevidst om, hvordan man arbejder med tingene, og hvad man kan forbedre, fordi man har nogle tal meget en-til-en. Hvorimod det her pointsystem med certificering, det er lavt sat, det er forholdsvis nemt at blive certificeret. Det skal selvfølgelig også være nogle penge, du har i budgettet til, at du overhovedet har råd til at få certificeringen. Så jeg synes, der er lidt nogle økonomiske forhindringer i, at man bliver certificeret. Og der synes jeg, det ville være bedre, at man afrapporterer, og så måske på en eller anden måde kan måle det ud fra sin klimarapport, om du kunne score. [...] Der kunne være en guld-, sølv- og bronze-certificering, du kunne få ud fra din klimarapport. [...] Hvis du ligger i den her del af skalaen, så får du sølv. At man kunne gøre det sådan, i stedet for at det skal være en reel certificering.

Annika Lund Jensen, CEO, Produced By, 8/3-24

Citatet rummer altså en konkret ide til, hvordan man kunne basere en ny certificeringsordning på et mere differentieret system end dét, som medieproduktionsbranchen har nu. Et system, der handler *mindre* om at have råd til en certificering og *mere* om at få øje på de vaner, man bryder med gennem at lave klimaafrapporteringer, der potentielt kan opnå guld, sølv eller bronze.

Her minder ideen om det DGNB-system, der er integreret i byggebranchen, og som uddybes nedenfor. Systemet i den branche måler bl.a. på, hvor omfattende, man har arbejdet med bæredygtighedsindsatser (fx affaldssortering og/eller genbrugstræ).



FAKTA

DGNB-certificeringer er bæredygtighedskrav til byggeri, der er med til at sætte rammer og skabe dialog mellem parterne i et byggeri. DGNB står for “Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen”. Men er trods tysk oprindelse også en standardordning for dansk byggeri. DGNB er således både nogle rammer at arbejde inden for. Det er også en måde at markedsføre virksomheden på. Og så er det er konkurrenceparameter, der samtidig kan gavne klima og miljø. Læs mere om certificeringsordningen i byggebranchen fx her: <https://www.danskeark.dk/page/certificering>.

Inspiration fra byggebranchen



Bæredygtighedshensyn

Virksomheden Klima Isolering hører til i byggebranchen. Men den har relevans for vores projekt, fordi den udgør en del af en branche, der i mange år har været rammesat af byggeregulativer og certifikater. Ikke at branchen altid har arbejdet bæredygtigt eksemplarisk. Men den er tæt knyttet til dét at skulle integrere bæredygtighedskrav og betragte dem som konkurrenceparametre. Så hvordan arbejder en virksomhed fra byggebranchen med omstilling til bæredygtigere praksisser, og kan vi lære noget af dem? Det var vi i projektet nysgerrige på, og derfor har vi fulgt Klima Isolering i en kort periode.

Byggebranchen er selvfølgelig meget anderledes end medieproduktionsbranchen, bl.a. fordi den ikke på samme måde arbejder med kunstneriske eller kreative visioner, som mediebranchen gør. Groft sagt er byggebranchen (indtil videre) strammere reguleret i forhold til bæredygtighedshensyn, end mediebranchen. Det har den været igennem de sidste ca. 20 år ifølge Klima Isolering. Netop fordi byggebranchen har arbejdet med bæredygtighed længe, kan de være betydningsfulde at hente ideer fra.

Det er en anbefaling fra Klima Isolering til medieproduktionsbranchen at acceptere, at bæredygtighedskrav er en uomgængelig del af dét at være en virksomhed i dag. Vi udleder desuden fra blikket ind i deres maskinrum, at det i byggebranchen er standard at arbejde med DGNB-krav (til guld, sølv eller bronze certifikat). Man melder typisk ind allerede i udbudsfasen (altså når man 'søger' om en opgave), hvilket certifikat, man har aftalt med kunden, altså den der har bestilt opgaven.

Krav til certificering

I interviews med Michael Frank Christiansen og Henrik Møller Hollesen fra Klima Isolering, fremgår det, at bl.a., virksomheden arbejder sammen med en grossist, der bruger et mærke (en type af isoleringsmateriale), som er DGNB godkendt. De forklarer om certificeringen:



Det er en standard i byggeriet, hvor man skal forsøge at genanvende så meget som overhovedet muligt. Og hvor man så kan klassificere fra bronze, sølv, guld og give en klassificering af hele byggeriet. Og hvis bygherre ønsker, at den skal opnå en certificering, så er der en masse kriterier, som hele byggeriet, helt fra opstart til aflevering, skal være under. [...] Det er noget, der bliver skrevet ind tidligt i en udbudsfase [...]. Og så finder man ud af fra hvilken hylde, at det er realistisk og opnå en certificering, og så bliver det krav så lagt ud til alle leverandører og entreprenører til at udføre en arbejdsopgave. Og deri ligger der en masse forskellige, ja, steps, som de skal godkende for at certificeringen kommer på plads. [...] DGNB er bl.a. et spørgsmål om, om der er en masse genanvendelser, og man har fokus på CO₂-aftrykket, både fra det bliver produceret, til det bliver leveret. Eller hvis man trækker noget genanvendeligt materiale og byggematerialer ind fra en anden [bygge] sag, så kan man få nogle point på den konto.

Henrik Møller Hollesen, Projektleder, Klima Isolering, 27/3-24

Når man som virksomhed byder ind på en opgave (fx at være underleverandør til at bygge et sygehus), skriver man forslag til måder at opnå bæredygtighedscertifikater på. For, som Michael Frank Christiansen sagde: “Så bliver man i hvert fald ikke sorteret fra allerede i udbudsrunden.” Det er altså “DET SKAL KUNNE BETALE SIG VEJEN”, der virker motiverende her. Kravet om DGNB kan også komme fra dén, der skal have noget bygget, altså fx en region, hvis det drejer sig om et sygehus. Og så retter byggevirksomhederne ind.

Rådgivere fra det såkaldte ‘Green Council Denmark’ sætter standarden for byggebranchens certificeringssystem og vurderer også, om man har fulgt standarderne korrekt.

‘Green Council Denmark’ koster penge for byggevirksomheder at være en del af. Men det opfattes som en del af pakken. “Kvalitet det koster altid!” udtalte Henrik Møller Hollesen, da vi spurgte ind til, om det er et problem for virksomheden at have råd til certificeringer.

For Klima Isolering er det vigtigt at opnå en sikkerhed for, at man faktisk har hævet projektets kvalitet og kan opnå en certificering. Derfor taler de typisk ikke om, at certificeringer er for dyre, ligesom medieproduktionsbranchen sommetider gør. Men skalering er et vigtigt issue her. Byggevirksomheder jonglerer jo ofte med store budgetter, hvor betaling af et certifikat forekommer at være en ubetydelig post. Det forhold ser naturligvis anderledes ud for den danske medieproduktionsbranche, der primært består af mange små virksomheder med relativt beskedne budgetter på film og serier, ift. Klima Isolerings budget på et projekt.

Desuden fortalte Klima Isolering, at de fik et tilbud fra Ikast-Brandeborg kommune om at få kurser i ESG-rapportering, hvilket de tog imod (virksomheden ligger i Ikast). Idet Klima Isolering består af ca. 67 ansatte (2024), er de endnu ikke omfattet af rapporteringen, men vil alligevel gerne prøve at være på forkant.

Foreløbig er det, som nævnt, virksomheder på 250+ ansatte, der skal afrapportere. Men i de kommende år gælder det også mindre virksomheder. BR18 er desuden et byggeregulativ, som Klima Isolering er vant til at arbejde under. Krav og rapportering er således intet nyt i den virksomheds ører. Og dens anbefaling er at indordne sig og gøre det til en konkurrencefordel - i stedet for at kæmpe imod.

Videre pegede Klima Isolering på, at kommuner og erhvervsorganisationer godt kan spille en positiv rolle i at skubbe til bæredygtighedsomstillingen hos virksomheden, bl.a. ved at stille hjælpsomme kurser, software og links til rådighed.



Helt i spæd opstart, sammen med Ikast Brande Kommune og Erhvervsrådet i Ikast, der ligger der nogle løsninger og nogle programmer, som vi får gratis stillet til rådighed. Der ligger sådan lidt med vores vognpakke, vi kan taste ind. Sådan med hvordan og hvorledes vores placering er rundt i landet ift. at transportere os selv. De har sådan deres egen klimakompas link, man går ind igennem. Så der ligger noget, der kan bruges. [...] Der ligger nogle tilbud, som ikke koster os noget. Og det synes jeg er rigtig fint som udgangspunkt.

Michael Frank Christiansen, HR og kvalitetskontrol, Klima Isolering, 27/3-24

Flere af de mediefolk, vi har talt med i “Green Media Production Development”, har omtalt, at de har svært ved at skaffe viden om el-lade-standere. Hvis man vil skaffe elbiler til et film-crew og beder dem transportere sig i dem, bør man også kunne henvise til et kort eller link, der udpeger steder at lade bilen. Det er et helt lavpraktisk problem, som de oplever. Og som sommetider gør, at en ellers CO2 venlig produktionsproces, pludselig oplever at skulle sadles om, fordi elbilerne er kørt tør. Alle er enige om, at jo bedre man kan planlægge en produktion, desto bedre for klimaet. Hovsa-løsninger betyder ofte, at planen brydes. Dét Klima Isolering peger på er, at klimakompas-linket, som Ikast Brande Kommune hjælper med, er hjælpsomt for deres virksomhed, hvor de i skrivende stund er i gang med at lave deres leasing af bilpark om til elbiler.

Film om Klima Isolering



På baggrund af interviews med dele af Klima Isolerings ansatte samt flere byggepladsbesøg, kommer vi således især frem til følgende betragtninger: Regulering er forstyrrende og fordyrende i begyndelsen. Men når den er indført, betyder det bl.a.:

- At hele branchen må rette ind, da det er vilkår, der ikke kan diskuteres.
- At regulativerne ganske hurtigt indarbejdes i nye rutiner, hvorefter de bare bliver hverdag.
- At branchen kan skubbe nogle af dokumentationsopgaverne til deres underleverandører. Det gælder fx produktbeskrivelser og certificeringer, som underleverandørerne kan sørge for, da det bliver et konkurrenceparameter for dem.
- At mange forskellige virksomheder arbejder sammen om infrastrukturen på byggepladsen, inkl. den der har med bæredygtighed at gøre, fx affaldssortering.
- Desuden erfarer vi, at virksomheden er et eksempel på, hvordan social bæredygtighed *kan* se ud i den branche. Herunder integration af udenlandske medarbejdere og generel medarbejdertrivsel, som de kalder for ‘mandskabspleje’. Her synes virksomheden både at være drevet af “DET SKAL KUNNE BETALE SIG VEJEN” og “DET FØLES VIGTIGT OG RIGTIGT VEJEN”.

Samlet set arbejder Klima Isolering primært med bæredygtighed i forhold til disse elementer:

- At følge byggeregulativer
- Affaldssortering
- ‘Grønne’ tage
- Samkørsel og udskiftning til elbiler
- At hjælpe deres medarbejdere med sammenhæng i hverdagen
- At leve op til certificeringer

Vi har i projektet lavet en lille film fra Klima Isolerings arbejde på 'Nyt OUH' byggepladsen i Odense. Her arbejder de som underentreprenører og udfører bl.a. teknisk isolering. Filmen giver yderligere indblik i, hvordan virksomheden arbejder med bæredygtighed i dagligdagen på byggepladsen. Heri forklares det også, hvad DGNB-certificering betyder for Klima Isolering.



FAKTA - om Klima Isolering

Direktør: Mathias Urth Mortensen

Beliggenhed: Ikast

Arbejdsområde: Teknisk isolering og passiv brandsikring

Virksomheden har eksisteret siden: 2018

Antal ansatte: ca. 67

Website: <https://www.klimaisolering.dk/>

Projektets interviewpersoner: Henrik Møller Hollesen og Michael Frank Christensen

OPSAMLING

Fra afsnittene om krav, certificeringer og en isolations-virksomhed vil vi samle op, at der i medieproduktionsbranchen efterspørges flere typer af certificeringer end udelukkende den eksisterende Green Film. Den kan af små virksomheder opleves som dyr. Isolations- og byggebranchen benytter den såkaldte DGNB-certificering, der er differentieret i guld, sølv og bronze og ofte fungerer som klare rammer for byggeri.

Talenter til branchen



Talenter – den næste generation

Til sidst sætter vi det lange lys på og kigger frem mod den næste generation i medieproduktionsbranchen. Talenter på fx filmværksteder, Super16, Filmskolen eller Manuskriptudvikling SDU er i periferien af praksisfællesskabet dansk, professionel medieproduktion. De udgør den næste generation, der skal ud at medvirke til at gøre en forskel og skabe forandring. Derfor er de vigtige.

Til at hjælpe med at sætte lys på talenter, har vi bl.a. været i dialog med Filmskolen og Filmværksted Odense. Hos begge disse instanser omtales bæredygtighed i undervisning og talentudvikling som et område, der er under opprioritering. Den Danske Filmskole har bl.a. indført efteruddannelse, der tilbyder branchefolk at få mere viden om green management. Super16 har også vist nye veje for bæredygtighed i dette lag. Vi er fra forskerteamets side klar over, at både disse initiativer og andre filmværksteder end dét i Odense, samt flere film og tv-uddannelser, *også* medvirker til at skabe nye muligheder. Men ligesom partnerne i “Green Media Production Development” kun repræsenterer en del af mediebranchen, gør Filmværksted Odense det samme i nedenstående om bæredygtige talentindsatser.

Hvilke indsatser er der for talenter?

På Filmværksted Odense har man bl.a. helt konkret indført en rullekuffert med porcelæn, som talenterne kan låne, når de skal ud at producere, så de ikke anvender plast. De tilbyder desuden at understøtte deres producer-talenter arbejde ved at give adgang til softwaren ‘Green Producers Tool’, uden at så mange dog anvender det i praksis endnu.



For os på filmværkstedet, er det vigtigt, at vi dels understøtter mange unge filmskaberes interesse i bæredygtighed, men også klæder dem på med redskaber, tanker, holdninger og praktiske handlinger på deres talentproduktioner, så de ved mere om, hvad der sker, når de møder branchen.

Mette Bihl, Direktør, Filmværksted Odense, 17/6-24

På Filmværkstedet oplever de en interesse i bæredygtighed hos deres talenter, nogle mere end andre naturligvis. Men de er også opmærksomme på ikke at skabe et *overload*.



[...] Der er bare så mange ting, man skal på en talentproduktion efterhånden, så man kan ikke bare sige, lad os gå ud og lave en film. Nåhr nej, så skal vi have alle mulige tjeklister og politikker, der skal gå op i en højere enhed. Så for os er 'Green Producers Tool', et vigtigt redskab, men i praksis nedprioriterer de det, fordi der er så mange andre ting. De vil hellere lave filmen, end at sidde og taste det ind. Og det synes jeg er ærgerligt, men jeg forstår dem også godt.

Mette Bihl, Direktør, Filmværksted Odense, 17/6-24



Det kreative fylder meget, så dét at man skal inddrage bæredygtighed, kan være lidt overvældende. Så man har de kreative visioner og idéer, men man har også noget lavpraktisk, man skal indtænke omkring bæredygtighed. Men jeg synes helt klart også, at der skal være plads til begge dele, og at det kan lykkes at forene de to.

Malene Mathiassen, Konsulent, Filmværksted Odense, 17/6-24

Vægtning af kreative og kunstneriske visioner over for klimahensyn, fremhæves her af Filmværksted Odense som en balancegang, som det skal være muligt at opnå. Dette hensyn mimer klart en udfordring, som den etablerede branche også adresserer. Men hvor anbefalingen må være, at det af og til også kan være befordrende i sig selv at løse bæredygtigheds-filmopgaver kreativt.

Som det beskrives i kapitlet, vi nedenfor anbefaler (Philipsen & Iversen, 2024), så indførte Filmværksted Odense for et par år siden det krav til talenterne, at de skal udfylde en bæredygtighedsplan, når de søger filmstøtte på værkstedet. Det er ret svingende, hvor meget ansøgerne gør ud af planen, og der følges ikke decideret op på, om planen overholdes. Men alligevel er den antageligt med til at skabe en bevidsthed om bæredygtighedsvaner. Vores eksempel er fra Filmværksted Odense, men andre filmværksteder i Danmark har også sat et bæredygtigt fokus.

The screenshot displays a dark-themed webpage with orange and white text. The main heading is 'Sådan producerer du mere bæredygtigt' in orange. Below it, a paragraph states: 'Vi skal passe på kloden og hinanden, selvom vi gerne vil lave fede film. Heldigvis udelukker det ene ikke det andet.' A second paragraph reads: 'Når du får produktionsstøtte hos os, skal du udpege en Green Manager, som har ansvaret for at udarbejde en bæredygtighedsplan for din produktion, og at tiltagene bliver efterlevet.' A third paragraph says: 'Samtidig bliver du i vores tekniske uddybning bedt om at tage stilling til bæredygtig ledelse, og hvordan I på produktionen så vidt muligt sikrer jer, at alle er trygge og arbejder under ordentlige vilkår.' On the right, under the heading 'Inspiration', there are two orange-bordered buttons: 'Hent en guide til bæredygtig filmproduktion fra Super16 her' and 'Hent en guide til bæredygtig filmproduktion fra BFTP her'. At the bottom left, there are two more orange-bordered buttons: 'Kontakt os angående spørgsmål til bæredygtighed' and 'Se vores bæredygtighedspolitik'. A stylized orange and white graphic is visible in the bottom right corner.

Sådan producerer du mere bæredygtigt

Vi skal passe på kloden og hinanden, selvom vi gerne vil lave fede film. Heldigvis udelukker det ene ikke det andet.

Når du får produktionsstøtte hos os, skal du udpege en Green Manager, som har ansvaret for at udarbejde en bæredygtighedsplan for din produktion, og at tiltagene bliver efterlevet.

Samtidig bliver du i vores tekniske uddybning bedt om at tage stilling til *bæredygtig ledelse*, og hvordan I på produktionen så vidt muligt sikrer jer, at alle er trygge og arbejder under ordentlige vilkår.

Inspiration

- Hent en guide til bæredygtig filmproduktion fra Super16 her
- Hent en guide til bæredygtig filmproduktion fra BFTP her

Kontakt os angående spørgsmål til bæredygtighed

Se vores bæredygtighedspolitik

Kilde: Filmværksted Odenses hjemmeside

Mette Bihl gør opmærksom på, at kortfilmsøkonomi og klimaøkonomi går hånd i hånd. Og eftersom talenter på vores danske filmværksteder primært skaber kortfilm, er der helt automatisk et fokus på, at det ikke må blive for dyrt eller involvere for mange locations osv. Dermed lærer talenterne egentlig nogle gode vaner, der også er bæredygtige. Spørgsmålet er så, om de tager vanerne med videre ud i branchen, når de en dag er med på en spillefilm med et højere budget fx.



Den bedste måde vi kan skubbe til branchen på, det er ved at sende nogle stærke talenter ud på nogle produktioner og sige 'vi er da vant til at bruge Green Producers Tool, gør I ikke det?' Det tror jeg de fleste efterhånden gør. Men at der kommer en naturlighed fra vækstlaget ind i branchen, som siger 'det skal vi da have fokus på'. [...] Jeg vil hellere massere branchen igennem talenterne, for talenterne er mit vigtigste fokus.

Der kommer jo et skift i branchen. Med de værdier, vækstlaget har med sig, kan det være med til at sætte en ny kurs. Men det tager bare lang tid. Det er jo et kæmpe tankskib der skal vendes.

Mette Bihl, Direktør, Filmværksted Odense, 17/6-24

Anbefaling til videre læsning om bæredygtig talentudvikling

“Bæredygtiggørelse af nye talenter inden for dansk TV- og filmproduktion” er et kapitel, der indgår i bogen *Medier og bæredygtighed* (2024, Grønning, Birkved & Rasmussen). Kapitlet adresserer, at vækstlaget i dansk filmproduktion *er* parat til at yde en bæredygtighedsindsats, uden at det kræver store eller dyre indgreb. SDU’s forskningsprojekt, “Sustainable sGreenplay” (2023), satte 5000 grønne kr. på spil som bonus, når talenter søgte udviklingsstøtte på Filmværksted Odense.

Der blev altså afprøvet dét, vi har kaldt “DET SKAL KUNNE BETALE SIG VEJEN”, idet talenterne kunne opnå ekstra midler, hvis de ville medvirke i bæredygtighedsforskningen, bl.a. ved at give forskerteamet adgang til deres bæredygtighedsplaner.

Forskerne fik 13 bæredygtighedsplaner og en ny opmærksomhed på bæredygtighed hos talenterne til gengæld. Planerne, som talenterne havde lavet, handlede for 12 ud af de 13, udelukkende om elementer vedrørende miljø. Mens én plan også inkluderede et fokus på social bæredygtighed og bæredygtig ledelse gennem regler for trivsel på filmproduktionen.

Man kan også høre flere perspektiver på bæredygtig talentudvikling (fra et talents eget pov.) ved at lytte til podcasten “Når den grønne omstilling kommer til talenter” (Philipsen & Saabye, 2024, Spotify).

Endelig pegede nogle af parterne i “Green Media Production Development” også på et nyt initiativ: “Åben Årgang”. Ambitionen er her at medvirke til at styrke mangfoldigheden og fremme udviklingen af filmskabere med forskellige stemmer, baggrunde og erfaringer. “Åben Årgang” er således et landsdækkende talent-udviklingsprogram målrettet en forskelligartet gruppe af talenter. Det kan også ses som et bæredygtigt talentudviklingsinitiativ med fokus på både social bæredygtighed og diversitet.

OPSAMLING

Fra afsnittene om talentudvikling vil vi især samle op, at talentudvikling dels kan ses som en bredere ESG-indsats. Og dels at de næste generationer i branchen, der nu fx er på filmværksteder eller filmuddannelser, naturligt efterspørger en bæredygtigere medieproduktionsbranche. På Filmværksted Odense tilbyder de talenterne fx at afprøve software, der hjælper med at beregne klima-aftryk.

Motivation og adfærd
Social bæredygtighed og
bæredygtig ledelse
Certificeringspotentialer
Bæredygtige fortællinger
Talentudvikling
Netværk



Opsamling med 6 indsatsområder og spørgsmål

Vi har båret ideer og spørgsmål frem i dette projekt. Vi har især lokaliseret seks indsatsområder, der endnu har meget potentiale for at blive udbredt og udforsket:

I

1) Motivation og forandring af praksisvaner og - adfærd, 2) Social bæredygtighed og bæredygtig ledelse, 3) Certificeringspotentialer, 4) Bæredygtige fortællingers potentialer, 5) Talentudvikling og 6) Systematiske indsatser og netværk.

Men først og fremmest har vi illustreret, at forandring og udvikling ikke (kun) består af kvikke råd og lavthængende frugter. Den består også af, at mennesker er nysgerrige på, og henter viden om, hvordan de kan medvirke til at skabe ændringer, skubbe til vaner og udfordre adfærd for at rykke et bæredygtigere sted hen sammen.

Hvis den danske medieproduktionsbranche fremadrettet har mod på at skabe en endnu større dialog og systematik omkring bæredygtighedstiltag, kan stærk bæredygtighed opstå. Hvad angår metoder, har projektet udpeget, at *one size doesn't fit all*. Overhovedet. Tre motivationsmåder, vi har foreslået at medtænke for at ændre vaner, er:

- ”PLEJER AT GØRE OG NEMMEST VEJEN”
- ”DET SKAL KUNNE BETALE SIG VEJEN”
- ”DET FØLES VIGTIGT OG RIGTIGT VEJEN”

Fordi - nogle i branchen er mest optaget af, hvad der føles rigtigst for dem at gøre. Andre af, hvordan forandringer kan skabes uden at 'spilde' for meget tid osv. Og endelig er der et varieret fokus på, om det er E, S eller G, der er det mest centrale. EU's krav, kommer man ikke udenom Men man kan tage stilling til, *hvordan* man vil give dem plads i en branchehverdag.

Spørgsmål til videre refleksion

Indsigterne fra projektet - ud fra de seks indsatsområder - kalder også på flere spørgsmål, som det kun er jer ude i medieproduktionsbranchen, der kan besvare. Her følger nogle spørgsmål, man kan arbejde videre med.

I

- Hvordan kan man skabe nogle flere systematikker til deling af viden og materialer i branchen (kostumeudlån, fælles affaldssortering, el-lader-viden mv.)?
- Hvordan kan man arbejde med social bæredygtig som en del af fx 'code of conduct' (etik, medarbejdertrivsel) i virksomhederne og andre steder i branchen?
- Hvad betyder ESG i jeres nuværende hverdag i branchen?
- Hvad tænker I, at bæredygtig ledelse er for jer?
- Hvad tænker I, at bæredygtig talentudvikling er for jer?
- Hvordan kan man arbejde videre med at bære bæredygtigheden ind i fortællingerne?
- Hvilke typer af krav kunne I tænke jer, der blev stillet til branchen og af hvem?
- Hvad mener I bliver vigtigt for jeres virksomhed eller jer som filmskabere i fremtiden?
- Hvilke spørgsmål mangler at blive stillet eller adresseret i forhold til bæredygtig medieproduktionsbranche, som denne udgivelse *ikke* har med?

Tusind tak for at læse med!

Hilsen forskerteamet fra SDU

Heidi Philipsen, Solveig Leivdal Hagensen & Sara Mosberg Iversen

Litteraturliste og links

Creative Europe Media (2022). *European Film Forum at European Film Forum*, Berlin.

Det Danske Film Institut (DFI) (2023) *Dinosaurer i Rummet – En ordbog til den danske film- & tv-branche*.

Dietz, S. & Neumayer, E. (2007). Weak and strong sustainability in the SEEA: Concepts and measurement. *Ecological Economics*, 61, pp. 617-626.

Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. Capstone.

European Film Forum at San Sebastian Film Festival (2021). *The Transformation of the European Audiovisual Ecosystem towards a more sustainable and digital industry*.

Giaccardi, S., Rogers, A. & Rosenthal, E. L. (2022). *A glaring absence: The climate crisis is virtually nonexistent in scripted entertainment*. USC Norman Lear Center Media Impact Project. Good Energy.

Gjerulff, C. (2021, 2024). *Håndbog for bæredygtig filmproduktion – Med Green Film-certificering*. Vision Denmark.

Høgh, S. M., & Nygaard, S. E. (2021). *Bæredygtig business: For bundlinjen og en bedre verden*, Turbine.

Jacimovic, I. (2021). "What is green storytelling? - and how to become good at it" <https://medium.com>

Johnston, P., Everard, M., Santillo, D., & Robèrt, K. (2007). Reclaiming the definition of sustainability. *Environmental Science and Pollution Research International*, 14(1), pp. 60-66.

Kääpä, P. (2022). *Environmental media governance: Strategies for encountering uncertainty and innovation in the screen media industries. Film and television production in the age of climate crisis: Towards a greener screen* (pp. 19-42). Springer International Publishing.

Lundberg, R. F. (2023). *Er filmbranchen rustet til den grønne omstilling? Ny undersøgelse sår alvorlig tvivl*. Kulturmonitor.

Løgstrup, J. F. (2023). *Bæredygtig ledelse – ESG som den nye ABC for ledelser og bestyrelser*. Expon Forlag.

Philipsen, H. & Iversen, S. M. (2024). Bæredygtiggørelse af nye talenter inden for dansk tv- og filmproduktion. I Grønning, A. et al. *Medier og bæredygtighed*, Syddansk Universitetsforlag, pp. 161-171.

Philipsen, H. (2009). Spilleregler i filmskabelse – behjælpelige begrænsninger. I *Dansk film i krydsfeltet mellem samarbejde og konkurrence*, Mathieu, C., Pedersen, J. S., Ariadne, pp. 145-172).

Philipsen, H. (2023) Survey om den danske medieproduktionsbranche ift. bæredygtighed (for projekt "Sustainable Greenplay", SDU Climate Cluster).

Philipsen, H. & Nørgaard, M. (2023). *Når den grønne omstilling kommer til filmbranchen* SDU [podcast, Spotify].

Philipsen, H. & Saabye, A. (2024) *Når den grønne omstilling kommer til filmtalenter* SDU [podcast, Spotify]

Philipsen, H., & Pilegaard, N. H. S. (2023). *True crime investigation: Serial writing, production, genre and viewership*. Syddansk Universitetsforlag.

Philipsen, H. (2024). Øko-serier – Findes de i den danske serieproduktionsbranche? I Philipsen & Hansen, *Populær serialitet i en dansk arena – fra platforme til medskabelse*, Syddansk Universitetsforlag, pp. 61-72.

Philipsen, H., & Iversen, S. M. (2024). Bæredygtiggørelse af nye talenter indenfor dansk tv- og filmproduktion. I A. H. Grønning, M. Birkved, & L. T. Rasmussen (red.), *Medier og bæredygtighed* (s. 161-172). Syddansk Universitetsforlag.

Press, M. (2021). Developing a strong sustainability research program in marketing. *AMS Review*, 11, 96-114.

Prestin, A. (2013) *The Pursuit of Hopefulness: Operationalizing Hope in Entertainment Media Narratives*, Media Psychology, 16:3, 318-346.

Rockström, J., Steffen, W., Noone, K., Persson, Å., Chapin, F. S., Lambin, E. F., Lenton, T. M., Scheffer, M., Folke, C., Schellnhuber, H. J., Nykvist, B., de Wit, C. A., Hughes, T., van der Leeuw, S., Rodhe, H., Sörlin, S., Snyder, P. K., Costanza, R., Svedin, U., Foley, J. A. (2009). A safe operating space for humanity. *Nature (London)*, 461(7263), 472-475.

Shove, E., Pantzar, M., & Watson, M. (2012). *The dynamics of social practice: Everyday life and how it changes*. Sage Publications.

Viegand & Maagøe (2021), *Klimavenlig film og tv-produktion i Danmark*, Report, Vision Denmark.

<https://omtv2.tv2.dk/media/ifcg1i3o/6369605-tv2-ansvarlighedsrapport-2023.pdf>

https://www.kulturakademin.com/k-play/rena-vinsten-med-hallbar-film?fbclid=IwAR2HYEo7Oy2X6bdIZKUqiYjxTLZ5Q_pCxxwiD5rMBwWmoS3WakJUv6vLl8Y

<https://www.dfi.dk/branchen/mangfoldighed/dinosauren-i-rummet-en-ordbog-til-den-danske-film-tv-branch-2023>

F**FAKTA - om TV 2**

Direktør: Anne Engdal Stig Christensen

Beliggenhed: København og Odense (hovedkontor)

Arbejdsområde: Broadcasting og tv-produktion, public-service, streamingtjeneste samt podcasts

Virksomheden har eksisteret siden: 1988

Antal ansatte: 1600+

Website: <https://tv2.dk/>

Projektets interviewpersoner: Produktionschef for fiktion, Carsten Sparwath

F**FAKTA - om Growing Stories**

Direktør: Miriam Nørgaard

Beliggenhed: København S

Arbejdsområde: Udvikling af film og serier

Virksomheden har eksisteret siden: 2019

Antal ansatte: 1,5

Website: <https://growingstories.dk/>

Projektets interviewpersoner: Miriam Nørgaard & Eric Vogel (Tordenfilm, samarbejdspartner)

F**FAKTA - om Produced By**

Direktør: Annika Lund Jensen

Beliggenhed: København (Nørrebro)

Arbejdsområde: Produktion primært af reklamefilm

Virksomheden har eksisteret siden: 2014

Antal ansatte: 1

Website: <https://producedby.dk/>

Projektets interviewpersoner: Annika Lund Jensen

F**FAKTA - om Green Producers Club Danmark**

Direktør: Ege Heckmann

Beliggenhed: København

Arbejdsområde: Konsulentarbejde indenfor bæredygtighed

Virksomheden har eksisteret siden: 2024

Antal ansatte: 2

Website: <https://www.greenproducers.club/>

Projektets interviewpersoner: Ege Heckmann

Forfattere til denne udgivelse

Forord af Ege Heckmann.

Resten er skrevet af forskerteamet fra SDU

Lektor Heidi Philipsen & lektor SDU Sara Iversen

Med hjælp fra forskningsassistent Solveig Leivdal Hagensen

Grafisk arbejde: Susanne Marie Koefoed

Tryk: Grafisk Center, Syddansk Universitet

Copyright SDU

ISSN 978-87-7938-149-0

Projektet er støttet af

Uddannelses- og Forskningsstyrelsen

Partnervirksomheder i “Green Media Production Development”

Growing Stories

PRODUCED BY
SUSTAINABLE FILM PRODUCTION PLEASE



Klima
Isolering



Blank side inden bagsiden. Denne kan slettes, men jeg synes, det ser bedst ud sådan her (altså med blank side).



University of
Southern Denmark