

Bærekraftserklæring for *Foreningen for studentene ved Industriell Økonomi og Teknologiledelse, NTNU* (heretter omtalt som “Foreningen”)

Om erklæringen: Det er forskjell på klima- og miljøproblematikk. Klimaproblematikk handler om utslipp av klimagasser og et endret klima som følge av økt drivhuseffekt. Miljøproblematikk dreier seg om alle de andre negative innvirkningene vi har på kloden. Overforbruk og avfall er her viktige stikkord. Klima- og miljøproblematikk er to av vår tids største utfordringer. Innenfor foreningens mandat er det vanskelig å gjøre noe med medlemmenes utslipp av klimagasser. Derfor fokuserer denne erklæringen mest på miljø. Ingen kan gjøre alt, men alle kan gjøre noe. Dette er Foreningens bidrag.

Hovedpunkt

Foreningens forbruk er styrt av Hovedstyrets innstilte budsjett, som deretter vedtas av Generalformalingen. I innkjøpsprosesser og all annen aktivitet skal Foreningen og alle tilhørende underforeninger vurdere klima- og miljøhensyn.

1. Markedsføringsmaterieell fra bedrifter

Vi, studentene i Foreningen, anmoder med dette at bedrifter som besøker NTNU begrenser utdelingen av fysisk markedsføringsmaterieell (merchandise) til studentene. Dette fordi vi ser at disse artiklene bidrar sterkt til avfallsproduksjon og representerer et unødvendig overforbruk.

1.a Det har tidligere vært vanlig at bedrifter som ankommer NTNU for å markedsføre seg som arbeidsgiver deler ut fysisk markedsføringsmaterieell for å komme i kontakt med studentene. Dette har blitt gjort for å øke bedriftens synlighet blant studenter, men også for å tiltrekke studenter til den aktuelle standen (messeboden). Typiske eksempler på dette har vært drikkeflasker, buffer, pinner, reflekser, handlenett, løpebånd, nøkkelringer m.m. Vi observerer at dette er ting studentene har lite behov for, og det blir høyst sannsynlig aldri brukt og kastes ofte innen kort tid. Vi foreslår at bedriftene heller arrangerer konkurranser med premier av høyere kvalitet for å engasjere studentene. Foreslåtte premier kan være billetter til kulturarrangementer, matvarer eller produkter som kan sies å ha *lengre* levetid.

2. Interne markedsføringsartikler

Foreningen og tilhørende underforeninger kjøper også markedsføringsartikler. Dette er viktig både for representasjon og tilhørighet. Foreningen og alle underforeninger skal vurdere hvorvidt dette er nødvendig for den enkelte forening, da det kan være hensiktsmessig at eksempelvis klær

eller idrettsutstyr går i arv. Dersom det ikke er nødvendig med personlige markedsføringsartikler, bør dette unngås grunnet nevnte hensyn.

3. Intern gjennomgang

Foreningen skal sette ned et utvalg som gjennomgår hvorvidt bærekraftshensyn imøtekommes i vår aktivitet, og eventuelt foreslå flere konkrete tiltak for å utbedre dette.

4. En oppfordring til andre om å gjøre det samme

Foreningen oppfordrer alle tilsvarende foreninger på NTNU og andre læresteder til å gjennomføre samme tiltak, og utforme en lignende erklæring.