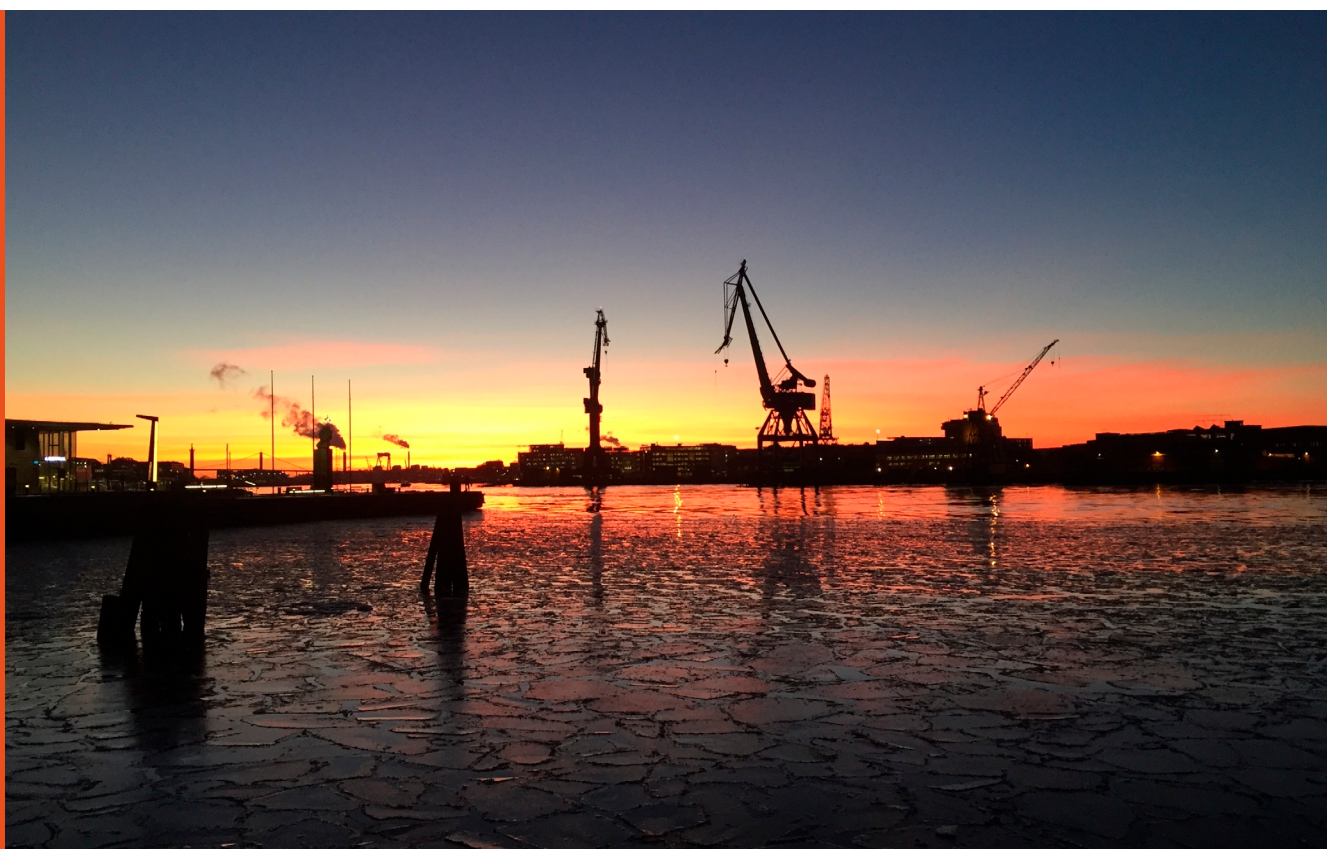


Västsvenska företags syn på hållbarhet och klimat



November 2021

Sammanfattning

För att få en uppfattning om västsvenska företags syn på hållbarhet och klimat har en enkät skickats ut till cirka 650 företag med en omsättning över 50 miljoner kronor och som verkar i regionen, varav 103 företag svarade. I enkäten uppger nästan alla svarande företag att de arbetar aktivt med hållbarhetsfrågan och nästan två av tre företag har en beslutad hållbarhetsstrategi. Utöver hållbarhet generellt är företagets klimatomställning fokus i studien. 75 procent av de svarande företagen har ett uppsatt klimatmål, där ungefär hälften har ett absolut mål. Det är en fördel att sätta mätbara absoluta mål för att kunna lägga ribban högt för klimatarbetet. Arbetet för att nå dessa mål måste också utarbetas på ett bra sätt och förankras i hela organisationen.

Det är värt att notera att knappt hälften av de svarande företagen följer upp och beräknar sina utsläpp. De svarande pekar på att de utsläpp som uppkommer från transporter, leverantörer och kunder (scope 3-utsläpp), är de som främst bidrar till företagets totala växthusgasutsläpp. Samtidigt följer endast en fjärdedel av de svarande upp dessa utsläpp. Utan detta underlag riskerar företagen att rikta in sina klimatinsatser på mindre relevanta områden, eftersom majoriteten av många företags utsläpp uppkommer utanför den egna verksamheten. Ett klimatbokslut enligt GHG-protokollet är ett bra exempel på hur utsläppen på ett systematiskt sätt kan följas upp och samtidigt ligga till grund för utsläppsminskande åtgärder. Studien visar på att det är vanligare att sätta upp absoluta mål och beräkna sina utsläpp bland de större företagen, jämfört med de mindre.

En ökad efterfrågan på leverantörer som erbjuder produkter och tjänster med lägre klimatavtryck lyfts av flera företag, där även avsaknaden av alternativ till fossila råvaror nämns. Ju mer större företag fokuserar på att implementera de klimatmål de satt upp, desto mer kommer kraven på mindre underleverantörer att skärpas. Detta kan ske relativt snabbt och det finns en risk att mindre företag som inte påbörjat arbetet får svårt att konkurrera. Därför är det av vikt att även de mindre företagen i Västsverige skärper sitt klimatarbete under de närmsta åren.

För att företagen ska kunna accelerera sitt hållbarhetsarbete krävs enligt dem själva påtryckningar från både kunder och lagstiftare. För en del västsvenska företag är kundkrav redan verklighet. För andra är de i sin linda. För att få större utväxling av ett ambitiöst klimatarbete kan det löna sig för företag att självmant lyfta fram information om klimatavtryck och föra dialog med sina kunder. På så sätt kan företagen bidra till att skapa en efterfrågan. Om politiker och myndigheter ökar sitt hållbarhetsfokus i policyarbetet kan det leda till tuffare lagstiftning, fler styrmedel och ekonomiska incitament till grönare alternativ. Baserat på enkätsvaren från västsvenska företag samt tidigare studier¹ 2050 Consulting genomfört, vet vi att två av tre företag i Sverige dessutom ser affärsfördelar med ökade kravställningar. Företagen ser alltså att Sverige som föregångsland inte bara är rätt för planeten, utan även för företagets konkurrenskraft.

.....
¹ Rapport: Svenska företags syn på hållbarhet och lönsamhet | AP7, 2050

Av de svarande företagen i Västsverige har

- 62 % fattat beslut om en hållbarhetsstrategi
- 75 % satt upp klimatmål, varav hälften absoluta mål
- 53 % redovisat sina klimatutsläpp enligt GHG-protokollet

Inledning

Världen står inför stora utmaningar. FN:s klimatpanel (IPCC:s) rapport från 2021 visar att läget är mycket allvarligt och att det krävs snabba och kraftfulla utsläppsminskningar för att hejda temperaturökningen. Samtidigt styrs politiken, på såväl nationell och lokal som överstatlig nivå, av olika målsättningar inom klimat- och hållbarhetsområdet. Tydliga exempel är FN:s Agenda 2030 med globala mål för en hållbar utveckling. Andra självklara exempel är Parisavtalet från 2015 och utvecklingen i Sverige där en av världens mest ambitiösa klimatlagar, progressiva klimatmål och en lag om obligatorisk hållbarhetsredovisning, har kommit till under de senaste åren. Politiker, näringsliv och den finansiella sektorn måste alla bidra, genom ett aktivt arbete för att nå målen om klimatneutralitet till 2045.

Inom hållbarhetsområdet går utvecklingen framåt och allt fler företag engagerar sig och tar ett större ansvar. Hållbarhetsarbetet bland företagen på Stockholmsbörsen har undersökts av 2050 Consulting vartannat år sedan 2014. Mellan 2018 och 2020 har andelen företag som satt upp klimatmål ökat från 60 till 71 procent och andelen företag som har satt upp explicita mål om nollutsläpp ökat från 12 till 27 procent². Svensk Handels hållbarhetsundersökning från 2020/2021³ visar också på att hållbarhetsarbetet har intensifierats. Av de tillfrågade medlemmarna uppger 57 procent att de arbetar med hållbarhet. Denna siffra är den högsta på fem år, trots att yttre omständigheter har förändrats i och med coronapandemin. På frågan om hur företagens arbete med hållbarhetsfrågor har påverkats av pandemin så svarar 53 procent att det inte har påverkats och 20 procent säger att det har påverkat hållbarhetsarbetet i en positiv riktning. Under denna kris, där många har tvingats agera reaktivt, har alltså hållbarhetsarbetet inte saktat ner utan ökat. Pandemin har kallats för ett "wake up call" för klimatet av FN:s generalsekreterare Antonio Guterres och Svenska Handels undersökning antyder att så faktiskt kan vara fallet.

► Denna rapport syftar till att

- Kartlägga västsvenska företags befintliga klimat- och hållbarhetsarbete
- Identifiera företagens uppsatta klimatmål och ambitioner
- Identifiera hinder och behov för att företagen skall kunna stärka sitt arbete

Många svenska företag runt om i landet arbetar alltså med frågor kring hållbarhet, men hur ser det ut på regional nivå? 2050 Consulting har vid tidigare tillfällen tittat närmare på företags hållbarhetsarbete i både Östergötland och Skåne. Denna rapport är tänkt att ta tempen på hur företag i Västsverige arbetar med hållbarhetsfrågor.

Klimatmål i Västsverige

Till Västsverige räknas Hallands län och Västra Götalands län och området omfattar därmed Halland, Västergötland, Bohuslän och Dalsland. Regionen är den näst största i Sverige sett till befolkning, bara Stockholm är större⁴. 2020 hade regionen över 950 000 anställda varav 68 procent inom näringslivet. Detta motsvarar en femtedel av alla anställda i Sverige. Regionen hade år 2020 knappt 75 000 arbetsställen med minst en anställd⁵.

Länsstyrelserna i respektive län har båda satt upp tydliga klimatmål. Hallands län har som mål att minska utsläppen av klimatgaser med 47 procent till år 2030 jämfört med 2016 års nivå⁶ och Västra Götalands län vill se en minskning med 80 procent jämfört med 1990 års nivå⁷.

2 Klimatredovisning bland de stora bolagen på Stockholmsbörsen

3 Svensk Handels Hållbarhetsundersökning 2020/2021

4 Befolkningsstatistik – SCB

5 Kortperiodisk sysselsättningsstatistik – SCB

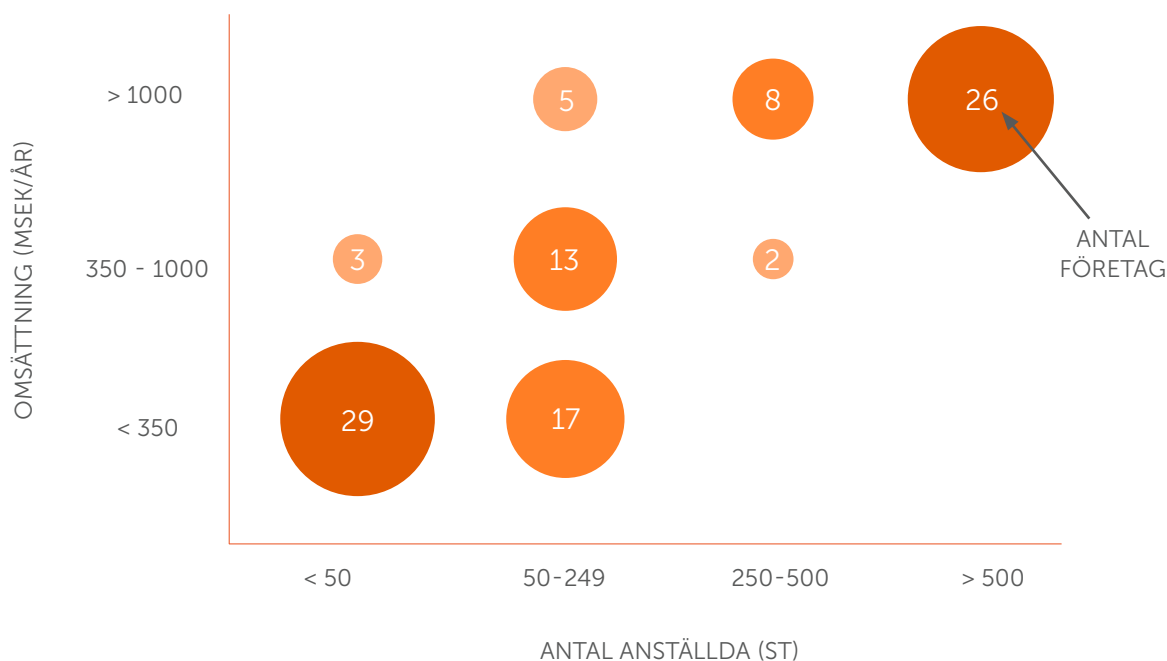
6 2019:22 Energi- och klimatstrategi för Hallands län

7 Klimat 2030 – Västra Götaland ställer om

Underlag till rapporten

Denna rapport bygger på en enkät som gick ut till representanter för 653 företag med en omsättning på över 50 miljoner kronor som är verksamma i Västsverige. 103 företag svarade vilket gav en svarsfrekvens på 16 procent. Av de svarande har drygt en fjärdedel en årsomsättning över 1 miljard samt fler än 500 anställda och knappt en tredjedel en årsomsättning under 350 miljoner samt färre än 50 anställda. Resterande företags omsättning och antal anställda varierar stort. Vissa företag med stor omsättning har få anställda och tvärt om. Det är 40 procent av de svarande som är verksamma inom tillverkningssektorn, 13 procent inom fastighetsverksamhet, 8 procent inom handel och reparation av motorfordon, 8 procent i byggindustrin medan övriga fördelar sig med ett par svarande företag för varje bransch.

I och med den låga svarsfrekvensen går det inte att dra statistiskt säkerställda slutsatser om västsvenska företags hållbarhetsarbete. Möjligen har vissa företag svarat på enkäten eftersom hållbarhetsfrågorna ligger högt på deras verksamhets agend. Detta kan ha bidragit till snedvridna resultat jämfört med den faktiska situationen bland företagen i Västsverige. Av de företag som har störst omsättning i Västra Götaland har en betydande andel företag svarat och därmed omfattar enkätsvaren flera av Sveriges största industriföretag. Svaren ger på så vis en indikation på företagens hållbarhetsarbete i regionen och därmed kan vissa generella slutsatser dras av rapporten.



Figuren visar de medverkande företagens storlek, baserat på omsättning (miljoner kronor) respektive antal anställda (stycken). Storleken på bubblan motsvarar antalet bolag med en viss storlek och siffran i bubblan förtydligar hur många bolag som omfattas.

Företagens hållbarhetsarbete

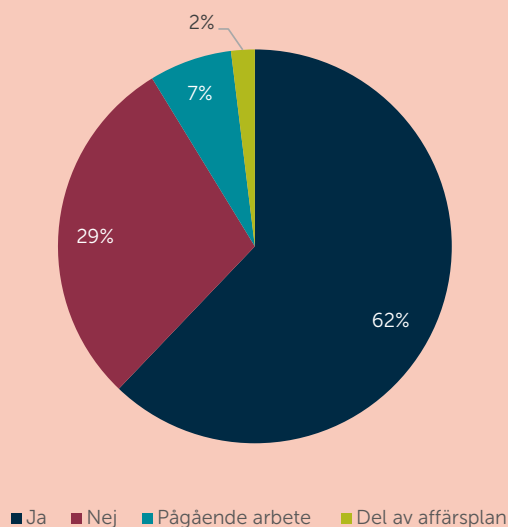
I stort sett alla företag som har svarat på enkäten säger sig arbeta aktivt med frågor som rör hållbarhet. Begreppet hållbarhet är allmänt känt för att vara brett och det kan därför vara svårt att dra slutsatser utifrån enkäten kring de svarande företagens faktiska hållbarhetsarbete. Trots det ger enkätsvaren en bild av att hållbarhet finns på agendan för nästan alla svarande företag på ett eller annat sätt.

Två tredjedelar av de svarande företagen har fattat beslut om en hållbarhetsstrategi. Ytterligare 9 procent arbetar på att ta fram en strategi, eller har den integrerad i den övergripande företagsstrategin. Detta visar att många företag i Västsverige har tagit aktiva beslut om att involvera hållbarhetsfrågor i sina respektive verksamheter. Resultatet visar, inte helt förvånande, på skillnader mellan större och mindre företag. Inom företag med färre än 50 anställda är det 38 procent som har svarat att de fattat beslut kring en hållbarhetsstrategi, medan det bland de största företagen (>500 anställda) är 92 procent som har svarat att de gjort det. Skarpare kundkrav och tuffare regleringar träffar större företag i större utsträckning, vilket troligen är ett viktigt skäl till att de ser det som nödvändigt att definiera en strategi för sitt hållbarhetsarbete. För att utveckla en hållbarhetsstrategi krävs expertkompetens och förståelse för hur olika hållbarhetsfrågor påverkar företagets affärsmodeller och strategier. Här har de större företagen en fördel i och med att de med sina resurser kan ha egen personal med denna kompetens eller ta in experter inom området. Små företag har sällan resurser avsatta för att bedriva ett aktivt hållbarhetsarbete, samtidigt som de i mindre utsträckning omfattas av tuffare regleringar runt klimatredovisning. Detta kan bidra till ett mindre behov av att fatta beslut om strategier för att planera och leda hållbarhetsarbetet.

De företag som svarade att de hade en hållbarhetsstrategi ombads specificera vilka hållbarhetsfrågor de fokuserar på. De frågor som företagen lyfter flest gånger rör klimat och koldioxidutsläpp samt social hållbarhet. Övriga frågor som lyfts rör energi (bland annat med fokus på energibesparing och förnybar energi), cirkulära produkter och flöden samt cirkulär ekonomi. Få företag tar upp de ekonomiska aspekterna i hållbarhet, såsom hållbar finansiering, affärsetik eller antikorrupcion.

Ur ett socialt perspektiv så lyfts olika aspekter av företagen. Mångfald och inkludering är några av dem. Andra är att arbeta med en säker och trygg arbetsmiljö samt god hälsa och välbefinnande bland anställda. Många företag fokuserar på sin egen verksamhet, men andra går ett steg längre och nämner att de arbetar med sociala förhållanden i hela värdekedjan. Detta är ett tecken på att företagen har en förmåga att lyfta blicken och se på sin verksamhet i ett större perspektiv.

Har ni fattat beslut om en hållbarhetsstrategi?



Företagens klimatmål

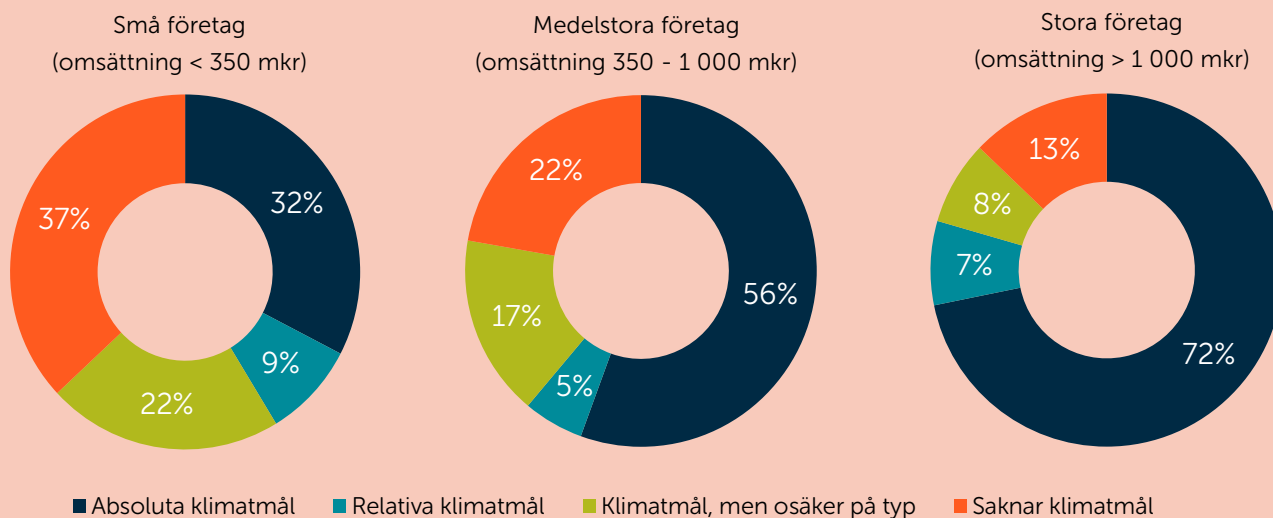
Absoluta eller relativa mål

För att klara Parisavtalets mål om att begränsa temperaturökningen till väl under 2 grader och att sträva mot 1,5 grader, så behöver utsläppen av växthusgaser minska. Ett viktigt steg på vägen är att sätta upp klimatmål för specifika verksamheter. Ett klimatmål definieras som en procentuell minskning av ett företags utsläpp av växthusgaser jämfört med ett så kallat basår, vilket är det år som företaget väljer att jämföra med. Målet kan vara antingen absolut eller relativt. Ett absolut mål avser en utsläppsminskning med en viss mängd oavsett en eventuell tillväxtökning, till exempel en utsläppsminskning på 20 procent till 2025 jämfört med 2020. Ett relativt mål anger relationen mellan en mängd växthusgaser och en faktor kopplat till verksamheten, som exempelvis omsättning, antal anställda eller produktionsvolym. Ett exempel på detta är en minskning med 20 procent växthusgasutsläpp per producerad enhet.

Absoluta mål är att föredra eftersom de ger tydlighet och att det utifrån sådana går att konkret beräkna, redovisa och följa upp måluppfyllelsen. Relativa mål kan fungera som riktlinjer för utsläppsminskning, men kan också bli missvisande. Exempelvis kan ett företag som kraftigt ökar sin produktion samtidigt sänka sitt relativa klimatavtryck, trots att de faktiska utsläppen inte minskat. Därmed kan det relativa målet ge fel bild av utvecklingen av företagets absoluta utsläpp. Det är därför positivt att en majoritet av de responderande företagen har satt upp absoluta klimatmål. Studien visar dock att de större företagen sätter absoluta mål i större utsträckning än de mindre företagen, som också är mer osäkra på vilken typ av mål de har. För företag i en tillväxtfas är absoluta mål extra viktigt, då det finns en större möjlighet för dessa företag att i ett tidigt skede styra om sina affärsmodeller till att frikoppla den ekonomiska tillväxten från utsläppen.

Hälften av de svarande företagen anger att de har absoluta klimatmål och 8 procent anger att de har relativa mål. Ytterligare 16 procent av de svarande företagen anger att de har mål, men respondenten kan inte redovisa hur de är definierade. En fjärdedel av företagen anger att de inte har några uppsatta klimatmål.

Har ni satt upp klimatmål och hur är de i så fall definierade?



Företagens klimatomål

SBT och Carbon Law

De företag som angav att de har klimatomål ombads beskriva målen i fritext. Av dessa är det 19 procent som har beskrivit mål som ligger i linje med den så kallade "Carbon Law", vilket innebär en halvering av växthusgasutsläppen varje årtionde. Detta är en enkel och tydlig modell att förhålla sig till för företag när de sätter mål. Vissa företag beskriver mål som inte är explicita utsläppsmål, men som kopplar till företagets utsläpp av växthusgaser. Exempel på dessa är mål om minskad energiförbrukning, byte till förnybar energi inom verksamheten, minskad mängd transporter, övergång till förnybara bränslen, minskad andel osorterat avfall och ökad andel förnybart material i de egna produkterna.

Ett sätt att trimma sina klimatomål ytterligare är att sätta så kallade Science Based Targets (SBT), som visar på en hög ambitionsnivå och ett engagemang. Det går även att sätta mål som ligger i linje med SBT, utan att lämna in en formell ansökan till Science Based Target Initiative. Detta är oftare fallet för små och medelstora företag som inte har resurserna att gå igenom processen med formellt antagna SBT:s.

►► **Science Based Targets** är en metod för företag och organisationer att sätta klimatomål som har förankring i vetenskap och forskning i linje med Parisavtalet. Därmed förbinder de sig att minska sina utsläpp av växthusgaser på ett sådant sätt att jordens temperaturökning antingen stannar vid 2°C, håller sig väl under 2°C eller stannar vid 1,5°C. Sedan 2019 accepteras bara nya mål i de två senare kategorierna och från och med juli 2022 accepteras bara mål i den sista och mest ambitiösa kategorin om 1,5°C. Företag som har äldre mål kommer därmed behöva uppdatera dessa för att ligga i linje med 1,5°C-målet. Företag som har fått sina SBT:s godkända år 2020 eller tidigare kommer ha till 2025 på sig att uppdatera sina mål.

.....
Källa: [About us – Science Based Targets](#)

►► Carbon Law

För att nå uppsatta mål om maximalt 1,5 graders uppvärmning måste utsläppen av växthusgaser minska drastiskt. Johan Rockström och flera forskare står bakom en vetenskaplig artikel i tidskriften Science där de föreslog att den globala utsläppskurvan ska översättas till en Carbon Law, där utsläppen planar ut 2020 för att sedan halveras varje decennium. Detta tydliggör vad näringslivet behöver åstadkomma och utifrån detta kan vi staka ut vägen framåt.

.....
Källa: [A roadmap for rapid decarbonization](#)

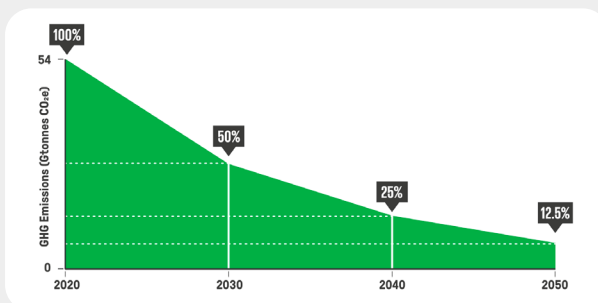


Bild: Illustration av Carbon Law, som innebär en halvering av de globala växthusgasutsläppen varje decennium, med utgångspunkt år 2020.

.....
Bildkälla: [The 1.5° Business playbook - Building a strategy for exponential climate action towards net-zero emissions](#)

Företagens klimatarbete

Klimatberäkningar

Ett första steg i klimatarbetet är att beräkna sin klimatpåverkan, för att kunna agera och prioritera aktiviteter. Beräkningar är viktiga för att företag ska kunna veta var de står idag, vart de är på väg och om de kommer lyckas med att nå sina klimatmål i framtiden. Knappt hälften av de svarande företagen redovisar växthusgasutsläpp enligt GHG-protokollet. Majoriteten av dessa redovisar utsläpp som omfattar företagets indirekta utsläpp utöver de som ingår i scope 2, så kallade scope 3-utsläpp. Det är utsläpp som sker i värdekedjan utanför företagets egen verksamhet, både uppströms och nedströms. Dessa utsläpp kan exempelvis uppkomma vid framställning av material som används i verksamheten, transporter till och från verksamheten samt användning och slutbehandling av sålda produkter. Att en så stor andel företag inkluderar dessa utsläpp i sina beräkningar är positivt, i och med att den största delen av många företags växthusgasutsläpp utgörs av indirekta utsläpp inom scope 3.

Av de företag som redovisar utsläpp i scope 3, beräknar två tredjedelar endast väsentliga utsläppskategorier i scope 3 medan övriga redovisar alla kategorier och därmed hela värdekedjan. Enligt GHG-protokollet är det upp till företaget att välja om de vill kartlägga delar av eller hela värdekedjan, men det viktiga är att utsläppskategorierna väljs ut metodiskt, genom exempelvis en kartläggning av företagets alla utsläpp. Först då kan företaget avgöra vilka de mest väsentliga utsläppen är och på så vis få en huvudsakligen korrekt bild av sin klimatpåverkan.

» **GHG-protokollet** är en internationell beräknings- och redovisningsstandard. Det är det mest använda verktyget för att kvantifiera utsläpp av växthusgaser. Utsläppen är uppdelade i tre kategorier:

Scope 1: direkta utsläpp från företaget

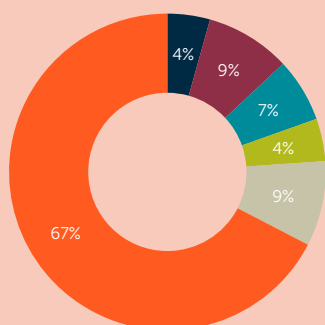
Scope 2: utsläpp från inköpt el, värme & kyla

Scope 3: utsläpp i företagets hela värdekedja

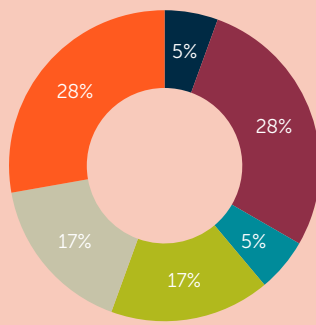
Resultatet visar att det finns ett samband mellan företagets omsättning och huruvida företag beräknar sina utsläpp enligt GHG-protokollet. Bland små företag är det endast 20 procent av de svarande som beräknar sina utsläpp enligt GHG-protokollet. För medelstora företag är motsvarande siffra 38 procent och för stora företag 88 procent. Precis som frågan angående hållbarhetsstrategi så kan skillnaderna mellan små och stora företag även här bero på en annan typ av kravbild, avsaknad av resurser och kanske inte fullt så tuffa regleringar för de mindre företagen.

Beräknar ni växthusgasutsläpp enligt GHG-protokollet?

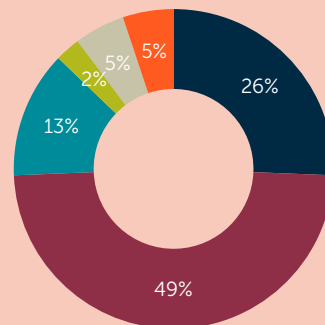
Små företag
(omsättning < 350 mkr)



Medelstora företag
(omsättning 350 - 1 000 mkr)



Stora företag
(omsättning > 1 000 mkr)



■ Scope 1, 2 & 3 ■ Scope 1, 2 & väsentliga i 3 ■ Scope 1 & 2 ■ Påbörjat ■ Vet ej ■ Nej

Företagens klimatarbete

Resultatet indikerar att cirka hälften av företagen troligen inte påbörjat arbetet med att kartlägga sina växthusgasutsläpp. Det är anmärkningsvärt, i och med att i princip alla företag som svarat på enkäten har angett att de arbetar aktivt med hållbarhetsfrågor och att tre fjärdedelar av företagen satt upp klimatomål. För att kunna arbeta strategiskt och effektivt med klimatfrågorna behöver strategin underbyggas av fakta, där klimatberäkningar och klimatbokslut är helt centrala.

Klimatbokslut

Trots att de svarande företagen säger sig arbeta aktivt med frågor som rör hållbarhet och att majoriteten av företagen satt upp klimatomål, så är det bara en tredjedel som har tagit fram ett klimatbokslut. Det kan bero på att vissa företag inte kommit längre i sitt klimatarbete, men det kan också vara så att begreppet "klimatbokslut" inte är allmänt vedertaget bland företagen som deltog i enkäten eller att man är osäker på innebörden i olika begrepp. Förenklat kan man säga att klimatberäkningar går att genomföra på olika detaljnivå, men stannar ofta vid siffror. Ett klimatbokslut är en rapport för att transparent redovisa sina utsläpp och framstegen i arbetet med att minska dessa. Klimatbokslutet innehåller ofta analyser som kan ligga till grund för det fortsatta arbetet. En del företag är dessutom skyldiga enligt lag att ta fram en hållbarhetsredovisning.

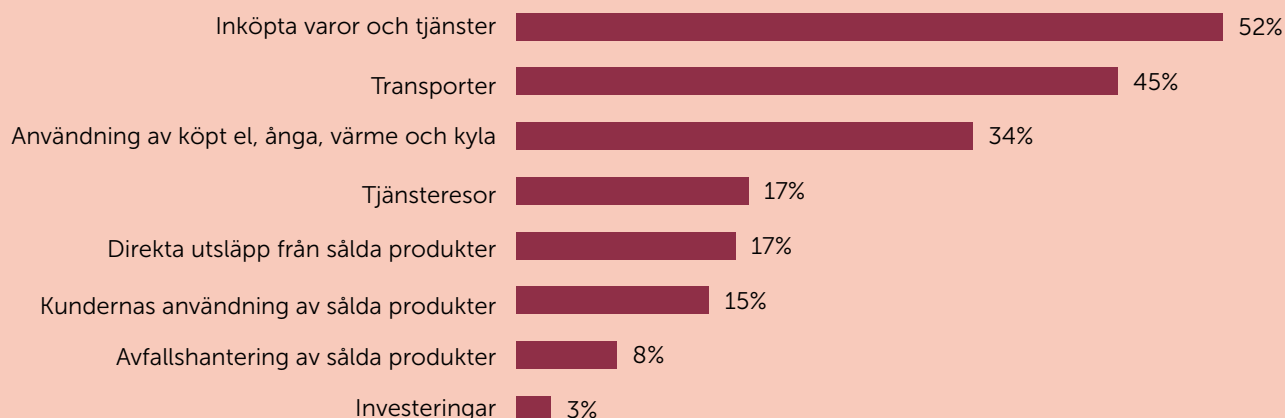
Hållbarhetsredovisningen ska omfatta en genomgång av alla för företaget relevanta hållbarhetsfrågor och inkluderar ofta ett klimatbokslut som en del av redovisningen.

Utifrån enkätsvaren är det fler som beräknar sina klimatutsläpp (enligt GHG-protokollet) än som redovisar utsläppen i ett klimatbokslut. Större fokus på redovisning av utsläppen kan ge intressenter ökad förståelse av företagens klimatpåverkan. Dessutom får företagen tydligare vägledning för att möjliggöra utsläppsminskningar samt uppnå affärsekonomiska vinster med klimatarbetet.

Växthusgasernas ursprung

Företagen fick ange vilka poster inom deras verksamhet som främst bidrar till växthusgasutsläpp. Resultatet visar tydligt på att många företag kopplar sina utsläpp till inköpta varor och tjänster (52 procent) och transporter (45 procent). Även användning av köpt elektricitet, ånga, värme och kyla anses vara en betydande faktor för relativt många (34 procent) företag. Knappt en femtedel av företagen som svarade på enkäten har angett tjänsteresor, direkta utsläpp från sina verksamheter respektive kundernas användning av sålda produkter som bidragande faktorer till utsläpp. Få svarande anser att avfallshantering av sålda produkter och investeringar bidrar till deras växthusgasutsläpp. Utsläppens ursprung skiljer sig däremot åt mellan olika branscher.

Vad bidrar främst till era växthusgasutsläpp?



Företagens behov för klimatomställning

Företagen ombads beskriva vad de anser krävs för att kunna accelerera företagets klimatomställning, utifrån omvärldsfaktorer som företagen sällan själva kan påverka. En stor del av de svarande anger att det som främst anses behövas är ökade krav från kunder, där vissa anser att kunderna bör ta ett större klimatansvar. Samtidigt uppger två av tre svaranden att de tagit fram produkter eller tjänster som bidrar till minskade växthusgasutsläpp, vilket indikerar att kunderna påverkar utbudet redan idag. Många företag har även angett att de önskar att leverantörer erbjuder produkter och tjänster med lägre klimatavtryck.

En vanlig utmaning hos företagen är bristen på tillgänglig kompetens, där flera lyfter bristen på interna resurser och bristande förändringsbenägenhet i den egna organisationen. På en högre nivå anser flera svaranden att ekonomiska styrmedel och tuffare regler från lagstiftare behövs, för att kunna ställa om i den takt som krävs. Flera företag lyfter också den ökade efterfrågan på förnybar el och fossilfritt stål som en viktig faktor.

Utdrag från enkätsvaren

"Då vi precis färdigställt vår första klimatrapportering är det först och främst en utmaning att få alla internt att förstå vilka utmaningar vi står inför och hur snabbt vi behöver agera. Utöver det, behöver vi mer kompetens, ökade krav från konsumenter och investerare samt mer ekonomiska styrmedel från lagstiftare för att kunna ställa om tillräckligt snabbt."

"Det hade behövts ett nära samarbete mellan näringsliv och kommuner för att skapa rätt förutsättningar."

Vad anser ni krävs för att kunna accelerera ert företags klimatomställning?



Reflektioner

Företag i Västsverige är i hög grad engagerade i hållbarhets- och klimatarbetet. I stort sett alla företag som deltagit i den enkät som 2050 Consulting genomfört uppger att de bedriver ett aktivt hållbarhetsarbete. Många har tagit fram en hållbarhetsstrategi, de flesta har satt upp klimatmål och arbetar med klimatfrågan på något sätt. Resultatet går i linje med andra undersökningar genomförda av 2050 Consulting. Hållbarhetsarbetet har blivit alltmer prioriterat inom det svenska näringslivet och klimatfrågan är idag viktig för många företag. Det finns inget som tyder på att coronapandemin förändrat detta. Företagens engagemang involverar ofta frågor som rör miljömässig hållbarhet, såsom utsläpp av växthusgaser och energieffektivisering tillsammans med frågor som rör social hållbarhet, såsom jämställdhet och krav på bra arbetsvillkor genom hela värdekedjan.

Till skillnad från uppfattningen som ibland uttrycks om att näringslivet är skeptiska till miljöstyrmedel, svarar cirka 60 procent av företagen i vår enkät att det behövs både skatter, andra ekonomiska incitament och tuffare lagstiftning för att kunna accelerera företagets klimatomställning. Företag som arbetar för att få ner sina utsläpp önskar att

spelreglerna tydligare banar väg för en bredare omställning inom näringslivet. Om lagstiftning och beskattning styr mot minskade utsläpp och träffar alla lika, så blir det lättare för företagen att prioritera frågorna. Om det är för dyrt att vara föregångare krävs starka krav från kunder, finansörer eller andra intressenter för att det ska gå att motivera ekonomiskt. Vissa branscher och företag styrs också av lagar och incitament på många olika nivåer, som dessutom inte alltid samspelar (exempelvis globalt, EU, Norden och Sverige). Här finns det ett behov av samordning.

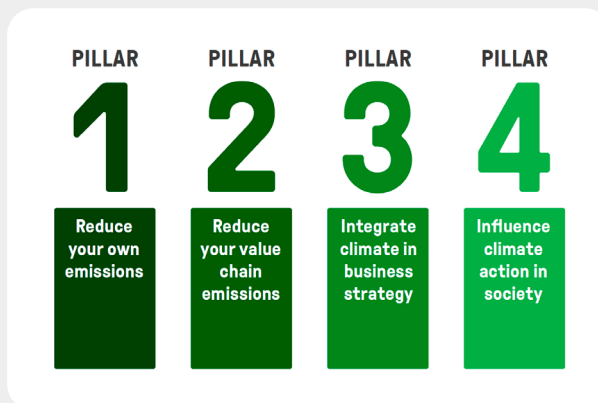
Av enkätsvaren framgår att det är ett stort antal företag som arbetar systematiskt med klimatfrågorna, men långt ifrån alla. Fler företag måste öka takten i omställningen till fossilfrihet, prioritera hållbarhetsarbetet högre och påbörja ett mera konkret och systematiskt klimatarbete. Den här rapporten har identifierat utmaningar både när det kommer till att sätta konkreta klimatmål, redovisning av utsläpp samt kunskap om, resurser för och prioritering av hållbarhetsarbetet. Vi har därför sammanfattat 8 rekommendationer till hur de västsvenska företagens klimat- och hållbarhetsarbete kan snabbas på.

Klimatstrategier

För att nå klimatmålen måste företag arbeta systematiskt med klimatarbetet och sätta tydliga mål som kan följas upp och utvärderas - och framför allt måste de absoluta utsläppen minska. Ett sådant arbete gynnas av tydliga riktlinjer och systematisk redovisning av utsläpp inom och utanför företagets hela verksamhet och värdekedjor.

Ett förslag till hur ett företags klimatstrategi kan byggas upp finns i The 1,5° Business playbook - Building a strategy for exponential climate action towards net-zero emissions, som 2050 Consulting är medförfattare till. Här tydliggörs fyra pelare som bör ingå för att accelerera ett företags klimatarbete:

1. Minska de egna utsläppen
2. Minska utsläppen i hela värdekedjan
3. Integrera klimat i affärsmodellen
4. Bredda klimatarbetet genom att inkludera anställda, kunder och samhället



Källa: [The 1,5° Business playbook - Building a strategy for exponential climate action towards net-zero emissions](#)

8 rekommendationer till västsvenska företag

Baserat på genomförd studie anser 2050 Consulting att följande åtgärder är centrala för att möjliggöra en hållbar omställning hos företagen i Västsverige.



Identifiera en drivkraft för omställningsarbetet

En specifik drivkraft är ofta en viktig framgångsfaktor i klimatarbetet. Inom vissa verksamheter kan en sådan drivkraft vara svår att hitta. Ett första steg är att identifiera de faktorer som främst påverkar den egna verksamhetens klimatomställning, för att kunna fokusera resurser på detta och få till ett effektivt klimatarbete. Det kan handla om att använda klimatomställningen som en del i företagets visionära och strategiska arbete; möjliggöra ett ökat engagemang för medarbetare; utveckla nya produkter, tjänster och affärsmodeller som bidrar till sänkta klimatavtryck; motivera nya partnerskap med strategiskt viktiga kunder och leverantörer; vinna upphandlingar; öka attraktiviteten för finansörer eller minska riskexponeringen i leverantörsledet. Drivkraften kan skilja sig åt mellan olika sektorer och företag, där drivkrafterna i offentlig verksamhet skiljer sig från den privata sektorns drivkrafter (något som bekräftas av en del svar i enkäten). Förutom marknadsdrivna faktorer, finns ofta en drivkraft i den privata sektorn att bidra positivt till samhällsutvecklingen, vilket avspeglas i enkäten.



Sätt upp absoluta klimatmål i linje med Carbon Law

Enkätsvaren visar att många företag har satt upp klimatmål. Det är positivt att runt hälften av företagen svarar att de antagit absoluta mål om utsläppsminskningar. Absoluta mål är nödvändiga för att kunna lägga en hög ribba för klimatarbetet. Det gör det möjligt att mäta och följa upp utsläppen och är på så vis en förutsättning för att få till ett strukturerat omställningsarbete. Det är samtidigt viktigt att de företag som ännu inte satt absoluta mål gör det. Relativa mål kan fungera som riktlinjer för utsläppsminskning, men de kan bli missvisande och de är svårare att följa upp.



Kartlägg och beräkna företagets växthusgasutsläpp genom klimatberäkningar och klimatkavslut

Klimatmål är bra, men inte särskilt användbara om företaget inte har kartlagt var i verksamheten utsläppen sker. Ett första steg i klimatarbetet är att kartlägga och beräkna sin klimatpåverkan. Idag redovisar hälften av de svarande företagen sina växthusgasutsläpp enligt GHG-protokollet, men färre anger att de tar fram klimatkavslut. För att kunna följa upp utsläppen på ett systematiskt sätt och lägga en grund för utsläppsminskande åtgärder bör företagen göra klimatkavslut enligt GHG-protokollet eller genomföra någon annan konkret klimatredovisning.



Gå med i nätverk med hållbarhetsfokus och andra former av samarbeten

De företag i Västsverige som deltog i enkätstudien vill göra mycket inom klimat och hållbarhet, men vissa anser att de inte har de rätta verktygen eller drivkraften. Ett ökat samarbete och samverkan mellan näringsliv, kommuner, regionen och akademien skulle kunna öka kunskapsutbytet och på så hjälpa företagen att accelerera sitt hållbarhetsarbete. Genom att delta i nätverk kan företagen få stöd och uppmuntran att sätta i gång ett strukturerat hållbarhetsarbete, till exempel anta konkreta klimatmål och ta fram systematisk klimatredovisning. Med en gemensam viljeriktning kan företagen stödja och inspirera varandra samtidigt som regionen och berörda kommuner kan få en bättre förståelse för vilka behov företagen har. På så sätt skapas de samarbeten som krävs för att gemensamt klara den omställning vi står inför. Redan idag finns det ett antal initiativ i Västsverige som företag kan använda för att dela kunskap. Två sådana initiativ är föreningarna [CSR Västsverige](#) och [Agenda 2030 i Väst](#), som samlar medlemsföretag över många sektorer för att skapa ett hållbarhetsnätverk där tankar och idéer kan utbytas. Ett annat initiativ är ["Klimat 2030 – Västra Götaland ställer om"](#), där företag, kommun, region, akademi och andra intresseorganisationer kan skriva under för att verka för en klimatsmart region. [Hållbarhetsklivet](#) är ett initiativ som ska verka för att Västsverige ska ha en hållbar besöksnäring. Vidare finns även [2050 Consulting](#) tillgängliga för inspiration och rådgivning, med höga ambitioner om att kunna sporra företag till ett starkt klimatarbete och att kunna bidra till att företag i regionen möts i nya konstellationer. Genom att använda dessa plattformar kan företagen dela sina erfarenheter med varandra, vilket är en förutsättning för ett fortsatt accelererande hållbarhetsarbete i Västsverige.



Stärk kompetensen och avsätt resurser till hållbarhetsarbetet, på rätt ställen i organisationen

En utmaning bland många företag är bristen på tillgänglig kompetens. Flera företag uppger att det saknas interna resurser för att genomföra hållbarhetsarbetet. Det är framför allt de mindre företagen som inte har antagit hållbarhetsstrategier och som inte redovisar utsläppen, vilket troligen beror på bristande resurser. En lösning kan vara att ta in stöd utifrån, exempelvis experthjälp, eller söka sig till nätverk för att få inspiration, lättare identifiera interna barriärer och sätta i gång arbetet.

Vissa pekar också på bristande förändringsbenägenhet i den egna organisationen, där man beskriver utmaningen med att få alla i företaget att förstå vilka utmaningar företagen står inför. Utan förståelse och kunskap om vad klimatomställningen innebär och vilka systemförändringar den kräver, står många handfallna. Det är därför av största vikt att hållbarhetsarbetet sker nära ledningen, för att arbetet ska bli verkningsfullt och genomsyra hela företaget. Hållbarhetsarbetet behöver inkluderas i företagets affärsmodell och drivas på uppifrån. Ju mer man ser hållbarhetsarbetet som en självklar del av den ordinarie verksamheten, desto viktigare är det att strategiska personer i företaget bygger upp kompetens inom området.



Se över verksamhetens transporter

Transporter står idag för ca en tredjedel av växthusgasutsläppen i Sverige och för många företag är transporter en betydande utsläppskälla. Idag finns många alternativ till fossila bränslen, både för lätta och tunga transporter. Dessutom finns ofta potential till effektivisering. Genom att kartlägga de transporter som verksamheten orsakar (med egna fordon, samt uppströms och nedströms) kan företaget ta fram en bränslestrategi. För att kunna göra en analys av vad som passar just det specifika företagets verksamhet krävs kunskap om alternativen på marknaden. Omställningen till fossilfria transporter är kopplat till visst mått av osäkerhet. Ett sätt att hantera det är att jobba nära transportörerna, med större fokus på dialog än krav, samt att hitta samarbetsmöjligheter med andra aktörer. Ju mer transparent man är med ambitiösa klimatmål, desto snabbare kommer transportörerna kunna erbjuda fossilfria alternativ.



Gör det enklare för kunderna att vara klimatsmarta

Ökade krav från kunder är enligt företagen den drivkraft som främst krävs för att kunna accelerera företagets omställning. Kundernas önskemål driver enligt flera företag deras arbete framåt redan idag och många företag erbjuder produkter och tjänster som bidrar till minskade växthusgasutsläpp, för att leva upp till detta. För att öka efterfrågan behöver företagen göra det enklare för kunderna att välja klimatsmarta alternativ. Detta kan förslagsvis göras genom att låta hållbara produkter tillhöra förstahandsutbudet, i stället för att vara tillval. Genom att delge kunderna information om produkternas klimatavtryck, oavsett om de ställt frågan eller inte, ges de också möjlighet att göra medvetna val. Detta kan vara ett effektivt sätt att påverka kunderna att börja ställa denna typ av krav i sina framtida inköp.



Ställ krav på underleverantörer och andra aktörer som orsakar indirekta utsläpp

Nästan hälften av de svarande företagen uppger att deras egen omställning kräver att leverantörer erbjuder tjänster och produkter med lägre klimatpåverkan. Det är givetvis en utmaning att åstadkomma utsläppsminskningar i de led av företagets verksamhet som de inte har direkt kontroll över. Samtidigt går det att ställa krav på leverantörer om minskade utsläpp. Ett första steg kan vara att begära information om produkternas klimatavtryck och inleda dialog med leverantörerna om vilka åtgärder de själva planerar att vidta. Inom många företag kan det finnas en uppfattning att företag som är verksamma i andra länder, i synnerhet utvecklingsländer, inte har några klimatambitioner. Det stämmer ofta inte och många blir förvånade när de väl ställer frågan. Genom att ställa krav eller ge uttryck för ambitioner att sänka utsläppen så kan företagen bidra till att andra företag inom leverantörskedjan också ställer om.

Det är också viktigt att investerare tar ett större klimatansvar i sitt agerande. Näringslivet kan bidra till arbetet med att få ner växthusutsläpp, men för att en omställning ska ske i linje med Parisavtalets målsättning måste klimatpolitiken skärpas. Ett ökat engagemang i samhället bland enskilda, konsumentföreningar och annat föreningsliv har betydelse, liksom det politiska.

» Denna kartläggning är genomförd av 2050 Consulting under hösten 2021. För mer information om studien kontakta

Victor Norberg, 0705–879 188, victor.norberg@2050.se
Lovisa Harrysson, 0737–572 004, lovisa.harrysson@2050.se

Under hösten har 2050 genomfört en studie med syftet att kartlägga hållbarhetsarbetet hos företag verksamma i Västsverige. De strax över 100 företagen som deltagit i studien har, utöver att beskriva sitt hållbarhets- och klimatarbete, beskrivit sina utmaningar i klimatomställningen. För att stötta de västsvenska företagen presenterar rapporten åtta rekommendationer som bidrar till en accelerering av företagets hållbarhetsarbete.