

Hållbarhet i det syd- svenska näringslivet

Inställningen finns, men finns
förutsättningarna?

Elisabeth Axelson, affärsutveckling hållbarhet,
Sydsvenska Industri- och Handelskammaren

Karl-Erik Grevendahl, affärsrådgivning miljö,
Sydsvenska Industri- och Handelskammaren



Handelskammaren
I sydsvenska företags intresse





Handelskammaren

I sydsvenska företags intresse

Sydsvenska Industri- och Handelskammaren är en privat organisation som arbetar i sydsvenska företags intresse. Vi påverkar företagens villkor genom bland annat utveckling av infrastruktur och utbildningssystem. Vi stöder affärer genom service inom internationell handel och olika utbildningar. Vi sammanför företag i olika nätverk och på våra många möten. Handelskammaren har drygt 2 500 medlemsföretag och finns i Skåne, Blekinge, Kalmar, Kronobergs och södra Hallands län.

Sammanfattning

Hållbarhet är en faktor att räkna med – men är förutsättningarna hållbara?

Det är ett nytt decennium som i allra högsta grad kommer att präglas av hur vi tar oss an de globala utmaningarna i världen, och inte minst klimatfrågan. Agenda 2030 och dess 17 hållbarhetsmål har satt ut riktningen för oss de kommande tio åren.

Sydsvenska Handelskammaren har i en undersökning, Sydsverige Live 2019, intervjuat 150 företagsledare i Sydsverige. Företagsledarna fick bland annat ta ställning till frågor som berörde näringslivets strategiska utveckling och utmaningar inom klimat och miljö, inklusive arbetet med Agenda 2030. Denna rapport är ett detaljerat utdrag av dessa frågor.

Kartläggningen visar var det sydsvenska näringslivet står i dag, och engagemanget kring hållbarhetsfrågorna. Dock finns det utmaningar både internt och externt. Det finns möjligheter att möta dessa utmaningar och därmed ge näringslivet förutsättningarna att accelerera sitt arbete. Inte minst behövs infrastruktur, långsiktiga spelregler, tydlig kommunikation och dialog mellan myndigheter och näringsliv.

Det är dags att hållbarhetsarbetet lägger i nästa växel, att de Globala målen får hög prioritering av både vår tid, resurser, investeringar och uppmärksamhet. Det är dags för verkstad för alla aktörer, och att ge varandra de bästa förutsättningarna för att lyckas.

Hållbarhet i det sydsvenska näringslivet

Hållbar utveckling i centrum

Samhället står i dag inför stora utmaningar, nationellt som internationellt. För att säkerställa en framtid för mänskligheten behöver hållbar utveckling prioriteras. Vi behöver se till både människa och planet för att skapa de bästa förutsättningarna i dag för i morgon.

Hållbarhet har uppmärksammats länge men sedan Agenda 2030 - FN:s 17 mål för en hållbar utveckling - introducerades 2015 har hållbarhetsagendan konkretiserat och informerat om hållbarhetsområdena som aldrig förr. Agenda 2030 är en stor agenda, med inte bara 17 mål utan 169 delmål. De 17 globala målen lyfter de prioriterade områdena inom social, ekonomisk och ekologisk hållbarhet som världen måste fokusera på för att nå en långsiktigt hållbar värld för människa och planet. Samtidigt lyfts ett helhetsperspektiv och en förståelse för hur sammankopplade målen är.

”Vi är den första generationen som kan stoppa fattigdom, den sista som kan stoppa klimatförändringarna” uttalade Ban Ki-moon, 2015.

Hållbar utveckling och företag behöver varandra, då näringslivet har en viktig roll i att bidra till att skynda på processen med innovationer och resurser samt accelerera och sprida hållbara lösningar - både produkter och tjänster. Hållbarhet visar vägen för företag, hur de kan positionera sig bäst för att framtidssäkra sin verksamhet.

Sydsvenska näringslivet och hållbarhet

Syftet med denna rapport har varit att kartlägga hur Sydsvenska företag arbetar med hållbarhet. Vi valde att fokusera på en aspekt av hållbarhetsagendan: klimat och miljö. Medvetenheten kring klimatfrågan har ökat kraftigt den senaste tiden, men även kring andra miljöfrågor så som vatten, biologisk mångfald, miljövänliga material med mera. Vi har även valt att inkludera Agenda 2030 för att se vilken spridning den har fått i det sydsvenska näringslivet. Kartläggningens syfte har också varit att uppmärksamma vilka begränsningar som näringslivet ser internt och externt i sitt nuvarande och framtida arbete med klimat och miljö.

Sydsverige Live 2019

Vi har använt oss av undersökningen Sydsverige Live 2019 för att kartlägga hållbarhet i det sydsvenska näringslivet. Sydsverige Live 2019 är en undersökning som gjordes genom intervjuer med ledande beslutsfattare i 150 av regionens tillverknings- och tjänsteföretag. De intervjuade beslutsfattarna representerar företag som alla utgör en avgörande faktor i regionens näringsliv. Storleken på företagen varierar, men majoriteten av företagen som intervjuats har fler än tio anställda.

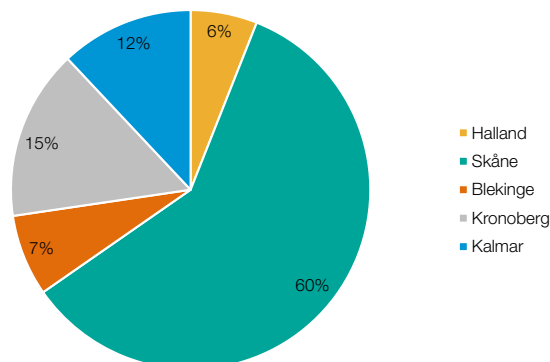
Kartläggningen har gjorts årligen sedan 2017 av Handelskammaren och Navet Analytics och undersökningen lyfter frågor som är relevanta inom näringslivet. I 2019 års upplaga inkluderades frågor kring företagets klimat- och miljöarbete, samt Agenda 2030. Hållbarhet är en allt viktigare fråga i samhällsdebatten och alla aktörer behöver ta sitt ansvar.

Kort presentation av undersökningens deltagare.

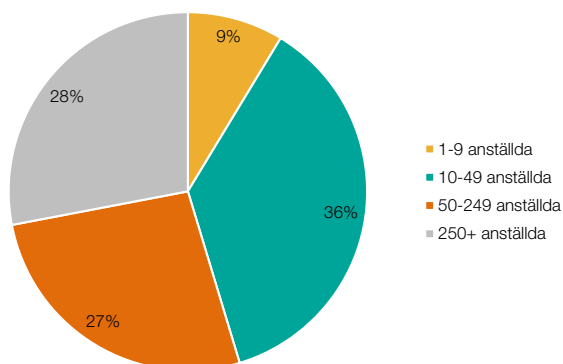
59 procent av företagen har sin verksamhet förlagd i Skåne, 6 procent i Halland och 35 procent i Sydost (Kalmar, Blekinge och Kronoberg).

Cirka hälften av företagen i undersökningen är mer än 40 år gamla medan cirka 5 procent startades under de senaste tio åren.

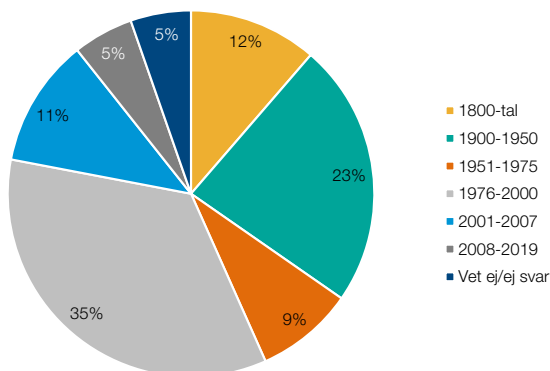
Geografisk fördelning av företagen



Företagsstorlek antal anställda



När grundades företagen?



Slutsatser

Sammanfattningsvis kan vi dra tre slutsatser från undersökningen:

1. Många företag anger att de arbetar med klimat och miljö

Hälften av företagen, 60 procent av alla inom tillverkningssektorn och 70 procent av företagen med fler än 250 anställda, är redan igång och arbetar med Agenda 2030. Med klimat och miljö arbetar hela 93 procent av företagen med det på ett eller annat sätt.

2. Det finns ett ambitiöst klimatarbete och en vilja att göra rätt

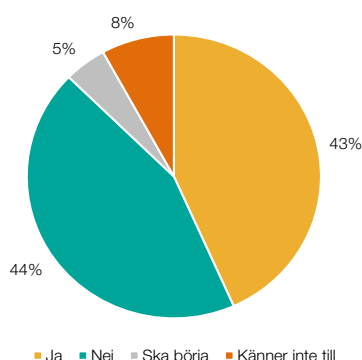
En stor del av företagen anger att de gör mycket inom klimat och miljö vilket betyder att många har någon form av rutin och process på plats.

3. Många företag identifierar begränsningar både internt och externt för att fortsätta sitt arbete

Trots ett stort engagemang hos företagen förekommer olika hinder, internt och externt, som begränsar utvecklingen inom klimat- och miljöarbetet. 50 procent anger en begränsande svårighet med att formulera mål och implementering i värdekedjan. Lika stor andel ser avsaknaden av politiska styrmedel och spelregler som stora eller mycket stora hinder för deras hållbarhetsarbete.

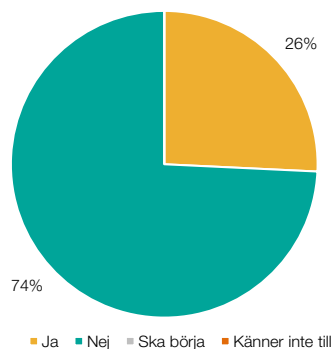
Nästan hälften av företagen är igång och arbetar med Agenda 2030

Arbetar ditt företag med Agenda 2030?



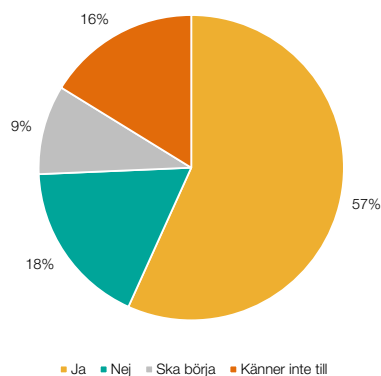
Svar från totalt alla 150 företag, varav 108 SME och 42 stora företag, 66 i tjänstesektorn, 74 i tillverkningssektorn och 10 andra sektorer.

Arbetar ditt företag med Agenda 2030? Tjänstesektorn



Svar från 74 företag i tjänstesektorn.

Arbetar ditt företag med Agenda 2030? Tillverkningssektorn



Svar från 66 företag i tillverkningssektorn.

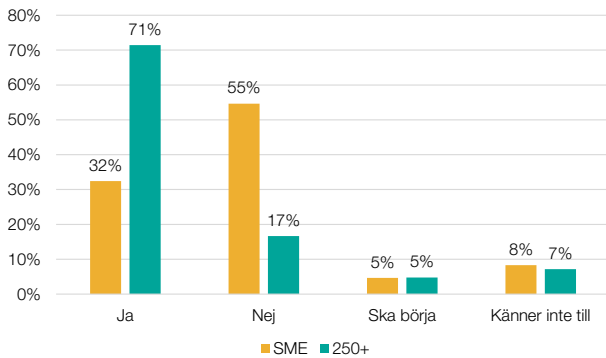
Det är framför allt tillverkande företag och större företag som arbetar med de Globala målen inom Agenda 2030. Vid första anblick arbetar nästan hälften av företagen med Agenda 2030 men vid en närmare analys ser man att det skiljer sig en del mellan företagsstorlek och sektor.

Inom tillverkningssektorn arbetar drygt sex av tio företag med de Globala målen medan det är endast tre av tio av företagen i tjänstesektorn. Den stora skillnaden kan bero på att tillverkningssektorn ser tydligare kopplingar till Agenda 2030. En annan anledning kan vara att många kopplar Agenda 2030 främst till klimat och miljö. En tredje faktor kan vara att tillverkningssektorn redan arbetar med många frågor inom Agenda 2030, vilket gör att steget från deras befintliga hållbarhetsarbete till Agenda 2030 inte är långt.

Gällande tjänstesektorn kan de uppleva att de har en liten påverkan, speciellt om man smalnar av agendan till bara klimat och miljö. Eventuellt har de redan gjort de åtgärder som behövs. En annan anledning kan vara att tjänstesektorn saknar den kunskap som behövs för att implementera Agenda 2030.

Det flesta känner till Agenda 2030 och det inte är förvånande med tanke på visat engagemang i samhället och spridning i media. Trots genomslaget i samhället och näringslivet kan det behövas utökad kunskap om Agenda 2030 för att förstå helheten av de 17 målen och dess 169 delmål. Agenda 2030 är så mycket större än bara klimat och miljö då det innefattar både hållbar och rättvis utveckling inom sociala och ekonomiska frågor. Vid en första anblick kan det verka "enkelt" att anpassa Agenda 2030 till verksamheten, men det krävs ett gediget arbete för att implementera målen och för att skapa en hållbar strategi utifrån dem.

Arbetar ditt företag med Agenda 2030?



Svar från totalt alla 150 företag, varav 108 SME och 42 stora företag, 66 i tjänstesektorn, 74 i tillverkningssektorn, och 10 andra sektorer.

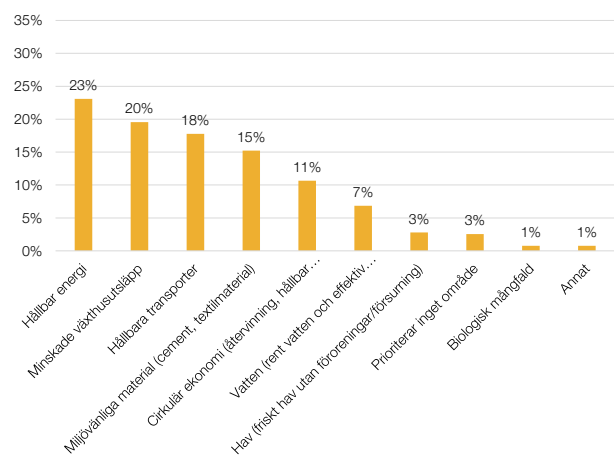
Företag med fler än 250 anställda är överrepresenterade att arbeta med hållbarhetsmålen. Kartlägger vi Agenda 2030 i relation till storleken på företaget och mätt utifrån antalet anställda ser vi tydliga skillnader. Det kan bero på att företag med över 250 anställda omfattas av lagen om hållbarhetsredovisning och rapporterar redan på flera hållbarhetsområden. Är företaget insatt i hållbarhetsarbetet är det eventuellt lättare att kartlägga gentemot de Globala målen då processer och rutiner bör finnas på plats.

Trots att det är över två tredjedelar större företag som arbetar med Agenda 2030, ca 30 stycken, och en tredjedel mindre företag, ca 35 stycken, är det i antal ändå fler mindre företag som arbetar med Agenda 2030 än större företag, då mindre företag är överrepresenterade i undersökningen. En anledning till att så pass många mindre företag har börjat arbeta med Agenda 2030 kan bero antingen på att många företag som startar i dag har med sig ett hållbarhetstänk/lösning från början och/eller att de inte har lika många andra strategier och processer som tävlar om uppmärksamhet och prioritering.

Majoriteten som arbetar med Agenda 2030, arbetar med att mäta, sätta mål och rapportera om målen. Det anger företagen när de i fritext fick beskriva hur de arbetar med Agenda 2030. Nästan 40 procent nämner att de har målen integrerade i allt från en del i hållbarhetsarbetet, initiativ, värdekedjan, dagliga rutiner till att vara integrerade i allt de gör. Nästan 15 procent arbetar med Agenda 2030 utifrån synen att det är en del i affärsverksamheten, produktutvecklingen samt i strategi och ledningsgrupper.

93% av företagen prioriterar områden inom klimat och miljö

Vilka är de tre prioriterade områdena inom företags klimat- och miljöarbete?



Svar från totalt 140 företag, varav 99 SME och 41 stora företag, 59 i tjänstesektorn, 71 i tillverkningssektorn och 10 andra sektorer.

Trots att många företag redan har börjat arbeta med Agenda 2030 är det ännu fler som nämner att de arbetar med klimat och miljö specifikt. Majoriteten, 93 procent, anger att de prioriterar ett specifikt område. De områden som flest företag prioriterar är *hållbar energi*, följt av *minskade växthusutsläpp*, *hållbara transporter* och *miljövänliga material*. Detta är även områden som har stora avtryck på klimat och miljö och de har även varit uppe längst på många företags dagordningar. *Hållbar energi* som är i topp är starkt kopplat till att även minska växthusutsläppen, vilket gör hållbar energi till ett prioriterat område. Dessa tre områden är även tätt sammankopplade och påverkar varandra.

Cirkulär ekonomi är ett område som inte fanns i lika hög utsträckning för ett par år sedan. Hållbar konsumtion och produktion samt slutna kretslopp har gett ökat fokus till cirkulär ekonomi. Cirkulär ekonomi är även tätt sammankopplat med miljövänliga material.

Efter 2018 års torka har *vattenfrågan* lyfts hos företag. Vatten har alltid funnits och till ett lågt pris. Torkan skapade en medvetenhet kring vattnets betydelse och att det

inte kan tas för givet. Eftersom det finns många livsmedelsföretag i Sydsverige är detta en viktig fråga för den regionala utvecklingen.

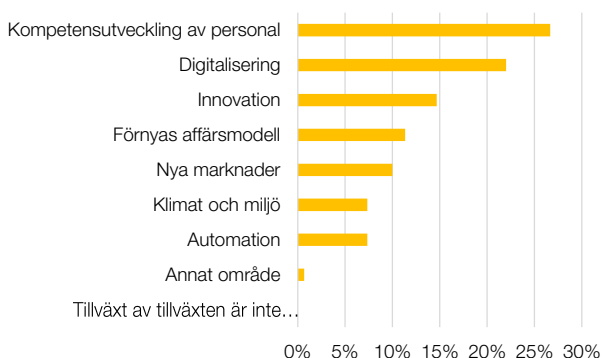
Biologisk mångfald, hav och annat är inte högt prioriterat, endast hos några enstaka företag. Våren 2019 släpptes en rapport gällande biologisk mångfald från IPBES som uppmärksammade det akuta läget inom området. Det är högst sannolikt att när denna information nu börjar spridas och skapa kunskap och debatt, kommer det bli en allt mer prioriterad fråga.

Det är inte större skillnader mellan företagsstorlek och sektor (se mer diagram i Appendix).

Det är endast 7 procent av företagen som uppger att de inte arbetar med något område. I fritext fick företagen ange varför och de säger att det beror på att det inte är prioriterat eller inte finns något som företaget anser sig kunna göra. Andra anledningar är att de inte kan svara eller att det inte är en del av verksamheten.

Klimat och miljö som en strategisk prioritering, direkt eller indirekt?

Vilket område prioriterar du främst för att ditt företag ska kunna växa (omsättning) och vara fortsatt relevant om fem år?



Källa: Svar från 150 företagsledare.

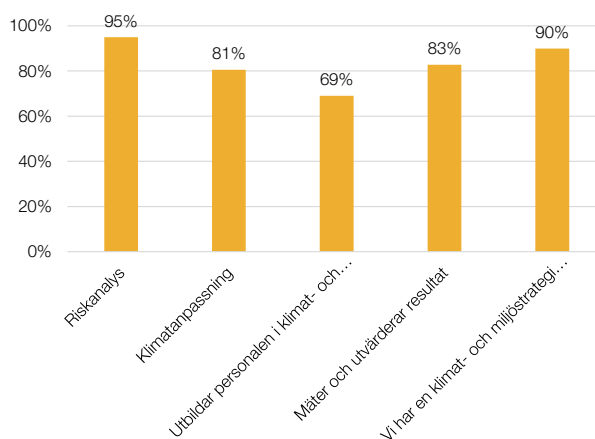
Klimat och miljö finns även med inom företagens strategiska prioriteringar. Det är 7 procent som lyfter att klimat och miljö är det område de främst prioriterar. *Kompetens-*

utveckling och *digitalisering* anser flest företag som centrala för att de ska fortsätta kunna växa och vara relevanta om fem år.

Trots att det är många av de svarade företagen som arbetar med *klimat och miljö* är det inte många som prioriterar det högt. Andra områden som är i topp för att växa och vara relevant är *digitalisering, innovation* och *förnyad affärsmodell*. Trots att de inte uttryckligen nämner hållbarhet är dock alla dessa områden ett medel för att arbeta mer med det. För att företag ska utvecklas och vara relevanta i framtiden behöver hållbarhet vara en del av strategin. Även om *digitalisering, innovation* och *affärsmodeller* inte nämner hållbarhet direkt har många av de strategiska områdena en indirekt koppling till hållbarhet om det tar den riktningen. Trots att de positiva klimateffekterna kan vara självklara inom dessa områden, kan de vara svåra att kvantifiera. En annan reflektion är att många företag troligtvis har lösningar för klimat och miljö men har inte identifierat det än eller är medvetna om att det kategoriseras inom klimat- och miljöområdet.

Företagen har ett ambitiöst klimatarbete

Vad gör företagen i sitt klimat- och miljöarbete?



Svar från totalt 139 företag, varav 98 SME och 41 stora företag, 58 i tjänstesektorn, 71 i tillverkningssektorn och 10 andra sektorer. (Eftersom "annat område" endast är valt av ett företag är det inte medräknat i diagrammet.)

Företagen i undersökningen visar ett stort engagemang och en vilja att göra rätt. Kartläggningen visar att de redan gör mycket inom flera olika områden. Nästan alla företag gör en *riskanalys* och nio av tio har en *klimat- och miljöstrategi* på plats.

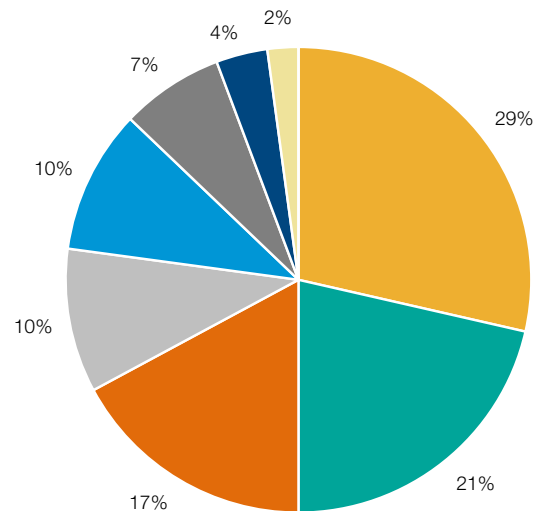
Kartlägger vi skillnaden mer i detalj är slutsatsen att det finns några få olikheter mellan SME och större företag, och ännu färre skillnader mellan de två olika sektorerna. En intressant notering är att det är väldigt många som arbetar med *klimatanpassning*, speciellt hos SME och tjänsteföretag (se Appendix för diagram). Det kan handla om en begreppsförvirring kring klimatanpassning. Många företag har troligen tolkat det som att minska sin klimatpåverkan medan det egentligen handlar om att anpassa sig till klimatförändringarna och dess effekter. En klimatanpassning har både en positiv och en negativ sida. Exempelvis handlar det om att anpassa sig efter mer regn eller torka, men även grödor som inte kan odlas längre – eller tvärtom – grödor som kan odlas på grund av ett varmare klimat.

Identifierade hinder för att lyckas

Trots att företag redan gör mycket finns det ändå hinder, både internt och externt. Detta står i vägen för deras nuvarande och fortsatta arbete. Vi har identifierat vilka hinder som främst anges. Interna hinder som flest företag identifierar som begränsningar är svårigheten att implementera i värdekedjan och sätta mål. De externa hinder som identifierats är avsaknaden av politiska styrmedel och spelregler.

Svårt att implementera i värdekedjan och sätta mål

Vilket område är det främsta interna hindret för företag?



- Svårt att implementera strategin genom hela värdekedjan
- Svårt att sätta mätbara mål
- Andra strategier är viktigare
- Saknar finansiella resurser
- Annat stort hinder
- Saknar kunskap
- Ingen tydlig koppling till företagsvärdet
- Svårt att implementera strategin i olika delar av verksamheten

Svar från totalt 140 företag, varav 99 SME och 41 stora företag, 59 i tjänstesektorn, 71 i tillverkningssektorn och 10 andra sektorer.

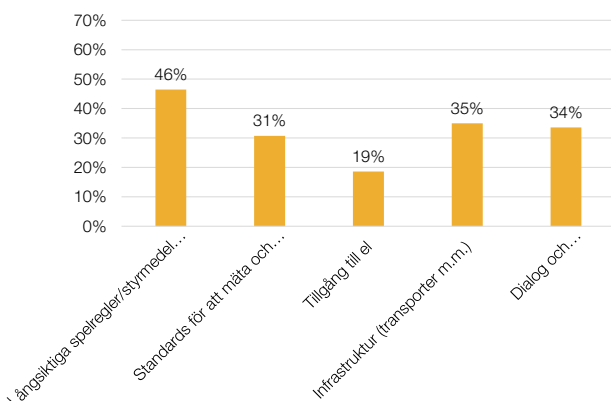
Flest företag ser svårigheter med att *implementera klimat och miljö i hela värdekedjan*. En femtedel anger sedan att *mätbara mål* följt av att *andra strategiers prioriteringar* var deras största hinder. Däremot är det inte många företag som anger kopplingen mellan klimat och miljö till *företagsvärdet*, *implementera det i verksamheten* samt *stöd från ägare och investerare* som en begränsning för sitt

klimat- och miljöarbete. Det sänder en tydlig signal att företag och dess investerare är medvetna om vikten av vad hållbarhet innebär för företag i dag och för det långsiktiga värdet. Svårigheterna ligger istället i hur företagen får det att fungera rent praktiskt i den dagliga verksamheten.

Jämför vi SME och större företag visar det att flest större företag anger att sätta *mätbara mål*, följt av *andra strategier* och *implementering* som sitt hinder. SME har samma områden men inte till samma omfattning som större företag. Däremot har flest SME svårigheter med att de saknar kunskapen (se Appendix för diagram).

Hälften av företagen saknar långsiktiga styrmedel och spelregler

Externa hinder för att arbeta med klimat- och miljöfrågor: Stort eller mycket stort hinder



Svar från totalt 140 företag, varav 99 SME och 41 stora företag, 59 i tjänstesektorn, 71 i tillverkningssektorn och 10 andra sektorer.

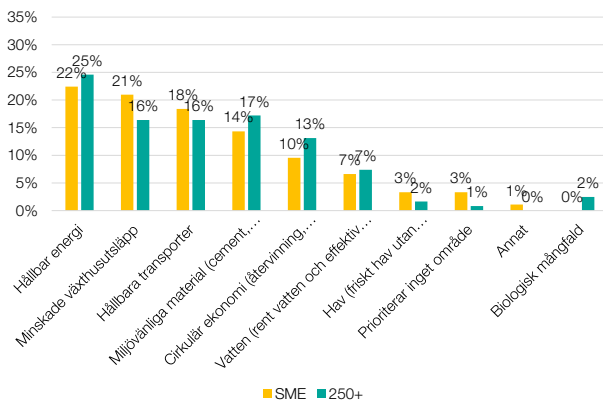
Nästan hälften anger att de saknar *långsiktiga spelregler och styrmedel från politiken*, samt att detta är ett stort eller mycket stort hinder. Eftersom styrmedel och spelregler kan ändras blir företag mer försiktiga med sina investeringar och åtgärder. Fortsättningsvis anger en tredjedel av företagen *infrastruktur, dialog med myndigheterna* samt *mäta och redovisa hållbarhetsresultat* som stora eller mycket stora hinder. Infrastrukturen kan syfta till transporter och energifrågor, där distributionen inte bemöter samhällets och näringslivets behov. Myndighetskontakten som syftar både på dialog och kommunikation från och av myndigheternas arbete är ett ämne som länge diskuterats. Det finns en svårighet kring investeringar som behövs skjutas upp på grund av bland annat tillståndsprövningar. En nyinvestering kan även vara en klimatinvestering. Svårigheten ligger bland annat i tidsaspekten - en tillståndsprövning kan ta oacceptabelt lång tid. En annan faktor är bristande kompetens hos myndigheterna kring olika branschrelaterade frågor.

Analyserar vi företagsstorleken har procentuellt fler större företag externa hinder än SME. Tre av fem större företag ser de *långsiktiga spelreglerna* och *styrmedeln från politiken* som ett hinder, och nästan hälften *infrastruktur* och *dialog med myndigheterna*. Analyserar vi sedan sektorsvis anger majoriteten inom tjänstesektorn fler externa hinder än tillverkningssektorn (se Appendix för diagram).



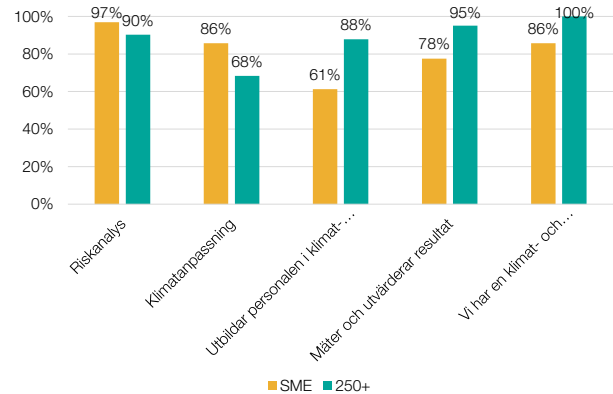
Appendix

Vilka är de tre prioriterade områdena inom företagens klimat- och miljöarbete?



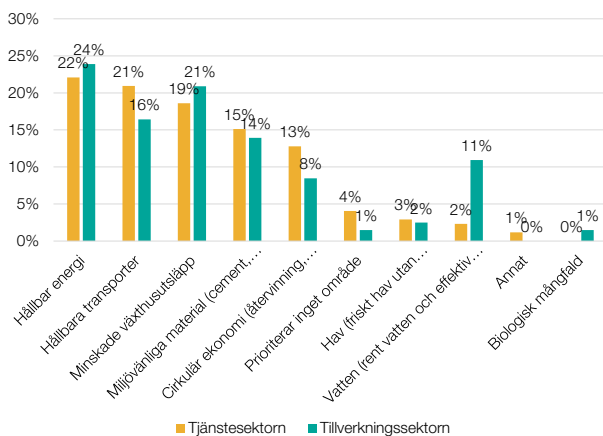
Svar från alla 150 företag, varav 108 SME och 42 stora företag, 66 i tjänstesektorn, 74 i tillverkningssektorn och 10 i andra sektorer.

Vad gör företagen i sitt klimat- och miljöarbete?



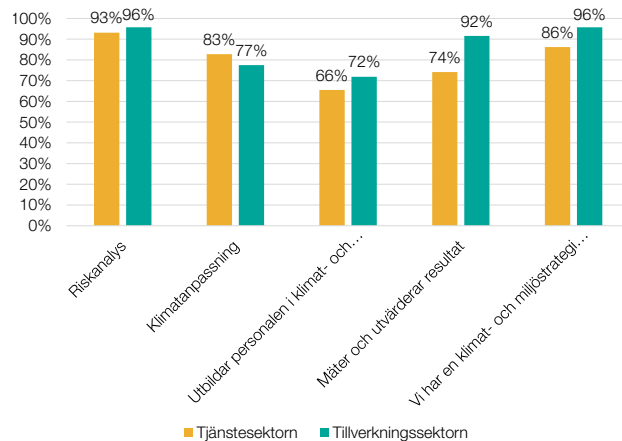
Svar från totalt 139 företag, varav 98 SME och 41 stora företag, 58 i tjänstesektorn, 71 i tillverkningssektorn och 10 andra sektorer.

Vilka är de tre prioriterade områdena inom företagens klimat- och miljöarbete?



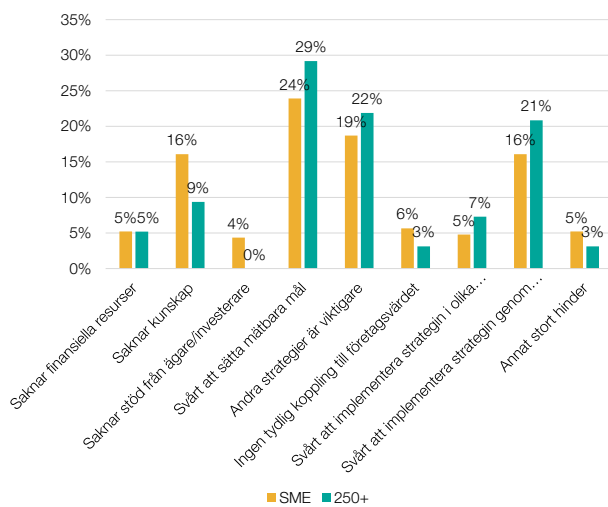
Svar från 140 företag, 66 i tjänstesektorn och 74 i tillverkningssektorn.

Vad gör företagen i sitt klimat- och miljöarbete?



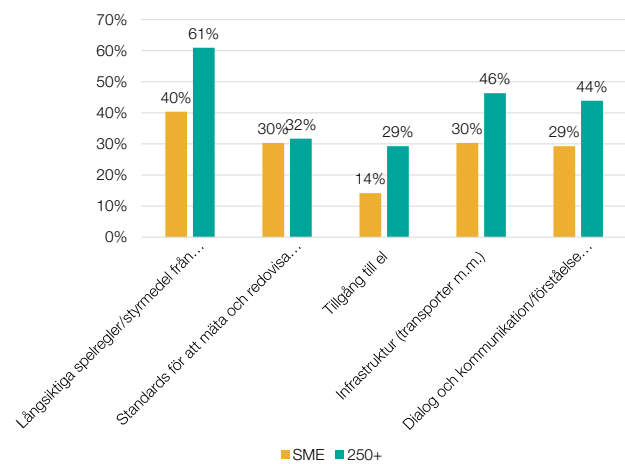
Svar från totalt 129 företag, 58 i tjänstesektorn och 71 i tillverkningssektorn.

Interna hinder, topp 3, för att arbeta med klimat- och miljöarbetet



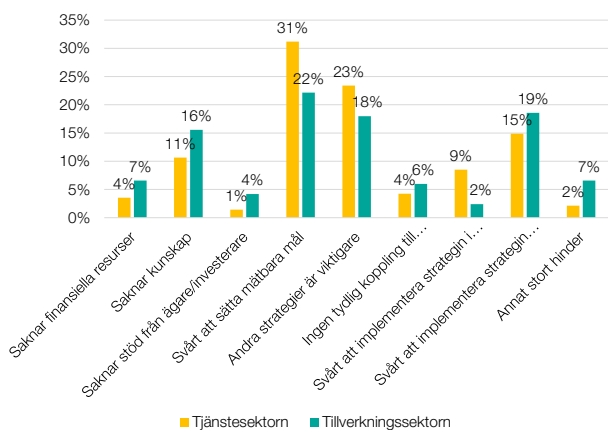
Svar från totalt 140 företag, varav 99 SME och 41 stora företag, 59 i tjänstesektorn, 71 i tillverkningssektorn och 10 andra sektorer.

Externa hinder för klimat- och miljöarbete: Ett stort eller mycket stort hinder



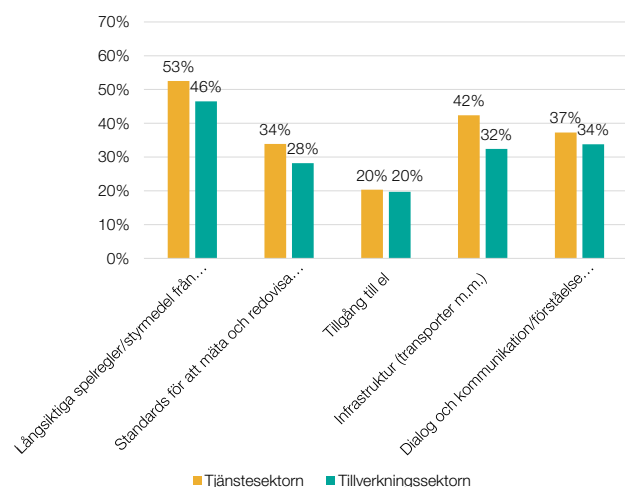
Svar från totalt 140 företag, varav 99 SME och 41 stora företag, 59 i tjänstesektorn, 71 i tillverkningssektorn och 10 andra sektorer.

Interna hinder, topp 3, för att arbeta med klimat- och miljöarbetet



Svar från totalt 130 företag, 59 i tjänstesektorn och 71 i tillverkningssektorn.

Externa hinder för klimat- och miljöarbete: Ett stort eller mycket stort hinder



Svar från totalt 130 företag, 59 i tjänstesektorn och 71 i tillverkningssektorn.



Handelskammaren

I sydsvenska företags intresse

Sydsvenska Industri- och Handelskammaren
Skeppsbron 2, 211 20 Malmö. Tel 040 - 690 24 00
www.handelskammaren.com