



HÅLLBARHET SOM KONKURRENSFÖRDEL

Småföretagen ställer om

Ett samarbete mellan:

beyond intent



företagarna

INNEHÅLL

Förord.....	3
Sammanfattning – Hållbara småföretag går före.....	4
Hållbarhet i fokus för Sveriges företag.....	7
Småföretag satsar hållbart.....	9
Brist på kunskap och tid är hinder.....	10
Få mäter resultaten av hållbarhetsarbetet.....	11
Hållbarhetsarbetet är affärsdrivet.....	12
Hållbarhetsarbetet stärker företaget.....	13
Miljö och klimatfrågorna i fokus.....	14
Klimatinsatser ger konkurrensfördelar.....	15
Många laddar för förändring.....	16
Vartannat företag har redan klimatinsatser.....	19
Affärsrelaterade faktorer hindrar åtgärder.....	20
Intervjuer.....	21
Slutsatser och förslag.....	22
Allmänt om Företagarnas panel.....	23

Beyond Intent AB är en hållbarhetsbyrå som arbetar i skärningspunkten mellan näringsliv, utveckling och hållbarhet. BI mäter, analyserar, utvärderar och utvecklar insatser som skapar värde både för företag och för samhälle. BI har verktyg och metoder som förenklar och effektiviserar hållbarhetsarbetet. BI erbjuder operativt stöd och rådgivning inom hållbarhet, värdedriven affärsutveckling, resultatmätning, målutveckling och intressentdialog.

beyondintent.se | info@beyondintent.se | 0709-66 00 80

Fossilfritt Sverige startades av regeringen 2015 för att påskynda omställningen av samhället bort från fossila bränslen. Initiativet samlar idag över 400 företag, kommuner, regioner och organisationer som ställer sig bakom ambitionen göra Sverige till ett av världens första fossilfria välfärdsländer.

fossilfritt-sverige.se | m.fossilfrittssverige@regeringskansliet.se

Företagarna företräder över 70 000 företagare och samhällsbärare och har ca 2000 förtroendevalda. Vi erbjuder nätverk, kunskap och praktisk hjälp samt driver utvecklingen för ett bättre företagarklimat, så att företagare får rätt förutsättningar för att kunna utveckla sin verksamhet och nå sina mål.

foretagarna.se | info@foretagarna.se | 08 – 406 17 00

FÖRORD

Företagens hållbarhetsarbete blir allt mer viktigt för att de ska vara relevanta och konkurrenskraftiga på marknaden. Företagen kan helt enkelt dra marknadsmässiga fördelar av att arbeta hållbart, samtidigt som vinsterna för samhället och klimatet är stora när fler väljer att göra det. Viljan att ställa om – och dra sitt strå till stacken både i fråga om miljömässig och social hållbarhet – är hög bland företagare.

Många tar redan i dag ett betydande ansvar för att skapa ett långsiktigt hållbart samhälle. Det genererar ökad affärsnytta och kundnöjdhet. Dessutom blir det allt mer en förutsättning för att uppfattas som en seriös arbetsgivare. Företagen har en avgörande roll i omställningen och för att Sverige ska kunna nå de högt uppsatta klimatmål som vi satt, samt för att arbeta för Agenda 2030:s sociala, ekonomiska och miljömässiga hållbarhetsmål.

För att Sverige ska ligga i framkant krävs det att företagen ges rätt förutsättningar att vara produktiva och innovativa samtidigt som de driver på för en hållbar utveckling. Rådgivning och vägledning är särskilt viktigt för mindre företag i deras hållbarhetsarbete. Småföretagen (0–49 anställda) utgör 99,4 procent av samtliga företag i Sverige. Detta handlar om fler än en miljon företag. Det finns ett starkt engagemang och vilja bland dessa företag att arbeta mer aktivt med hållbarhet. Det gäller oavsett bransch eller geografisk placering.

För många av landets småföretagare är hållbarhetsarbete främst en fråga om resurser. För företagare som har en strategi eller policy för sitt hållbarhetsarbete gäller det främst frågor om klimat och miljö. Det är därmed viktigt att Sveriges klimatpolitiska ramverk, åtgärder och framtida insatser är förankrade i småföretagens verklighet. Det ska vara enkelt att göra rätt och bidra till minskad miljöpåverkan.

När denna rapport författats har Sverige genomgått en turbulent politisk tid med svensk historias längsta regeringsbildningsprocess. Med en regering på plats och en blocköverskridande överenskommelse med tydligt hållbarhetsfokus ser vi nu fram emot en mandatperiod med nödvändiga reformer som främjar hållbarhet, företagande och tillväxt. Att företagen inkluderas i arbetet med klimatomställningen är avgörande för att den ska nå framgång.

Günther Mårder
vd Företagarna

Svante Axelsson
Nationell samordnare Fossilfritt Sverige

HÅLLBARA SMÅFÖRETAG GÅR FÖRE

Hållbarhet är en prioriterad fråga för svenska småföretag. Nästan 9 av 10 anser att det är viktigt eller mycket viktigt för företag att ta samhällsansvar och bedriva hållbarhetsarbete. En tilltagande medvetenhet och ökande förväntningar innebär nya krav från kunder och samhälle. Det innebär i sin tur nya affärsmöjligheter och allt fler företag engagerar sig aktivt för en hållbar utveckling. Hela 63 procent av småföretagen har idag någon form av hållbarhetsarbete och majoriteten planerar för ökade insatser.

Utvecklingen inom hållbart företagande går snabbt. När Företagarna och hållbarhetsbyrån Beyond Intent år 2015 undersökte hur Sveriges småföretag ser på och arbetar med hållbarhet visade det sig att stark efterfrågan, konkurrensfördelar och interna initiativ hade satt hållbarhet på småföretagens agenda. Förutom känslan av samhällsansvar var alltså företagets hållbarhetsarbete starkt affärsdrivet.

När Företagarna, Fossilfritt Sverige och Beyond Intent nu genomför en ny undersökning visar resultaten att mycket har hänt. Fler företag ser idag vikten och behovet av ett hållbarhetsarbete jämfört med vår senaste undersökning. Betydligt fler har agerat på de högre förväntningarna från omgivningen och de ökade kraven från kunder. Siktet på affären och efterfrågan från kunder är fortfarande den största drivkraften.

SMÅFÖRETAGEN SATSAR HÅLLBART

Hållbarhetsfrågorna har länge varit förknippade med stora företag. Deras påverkan diskuteras i media och komplicerade principer och riktlinjer anpassade för storbolag har utvecklats. 2016 infördes obligatorisk redovisning av hållbarhets- och mångfaldspolicy för stora bolag i Sverige, det vill säga företag med fler än 250 anställda.

Men Sveriges små och medelstora företag har förstått att de måste vara med i denna allt snabbare utveckling och de förutser att kraven kommer att öka även på dem. Småföretagen har en helt central roll att spela i omställningen till en hållbar utveckling och för att säkra svensk tillväxt långsiktigt.

Fler småföretag ser också att deras hållbarhetsarbete påverkar deras affär. Som underleverantörer till de större bolagen har många mindre företag varit snabba med att erbjuda produkter och tjänster anpassade till höga hållbarhetskrav. 63 procent av företagen ser också en positiv påverkan av kundrelationerna av sitt hållbarhetsarbete. Det ska jämföras med 56 procent 2015.

Detta visar att hållbarhet har fått en naturlig plats på marknaden och i samhället i stort. Det syns i affären och förväntas öka i betydelse för företagets lönsamhet och konkurrenskraft. Det är tydligt att hållbarhet har blivit självklar fråga för Sveriges företagare.

VÄGEN FRAMÅT

Inom företagets hållbarhetsarbete märks att klimatfrågan är viktig. De flesta har ambitionen att minska sina utsläpp av växthusgaser och nästan hälften har redan vidtagit någon form av åtgärd. Samtidigt är de största hindren för svenska småföretag att minska sina utsläpp av växthusgaser affärsrelaterade, som ökade kostnader och brist på affärsnytta.

Det visar på behovet att stimulera klimatpositiv efterfrågan, inte minst genom offentlig upphandling. Företagen vill se att offentliga organisationer tar ett märkbarare ansvar och främjar hållbarhet med tydliga och enkla spelregler. Andra områden att satsa på är förbättrad infrastruktur och bättre tillgång till klimatsmarta alternativ, exempel biodrivmedel, energieffektivisering och elektrifiering.

Svenska företagares medskick för att accelerera utvecklingen framåt är att det behövs stöd och kunskap, affärsmotiverande ekonomiska incitament, och en långsiktighet som ger fog för investeringar för ökad hållbarhet.

SÅ JOBBAR SVERIGES SMÅFÖRETAG

- **9 av 10** företag anser att det är viktigt att bedriva ett hållbarhetsarbete och ta samhällsansvar för sin verksamhet
- **2 av 3** har redan ett hållbarhetsarbete
- Samhällsansvar och affärsnytta är viktiga drivkrafter för hållbarhetsarbete
- Miljö, klimat och arbetsförhållanden är i fokus
- **57 procent** har ambitionen att minska sina utsläpp
- Transporter, avfall, återvinning och energieffektivisering viktigast för utsläppsminskning
- **Ökade kostnader** men också brist på affärsnytta och tekniska lösningar största hindren för minskade utsläpp
- **40 procent** ser ökad lönsamhet från hållbarhetsarbetet
- **Två av tre** företag tror att klimatinsatser kan ge konkurrensfördelar
- **Nio av tio** tror på ökade krav från staten, medan sju av tio förväntar sig att även kunderna kommer att öka sina krav

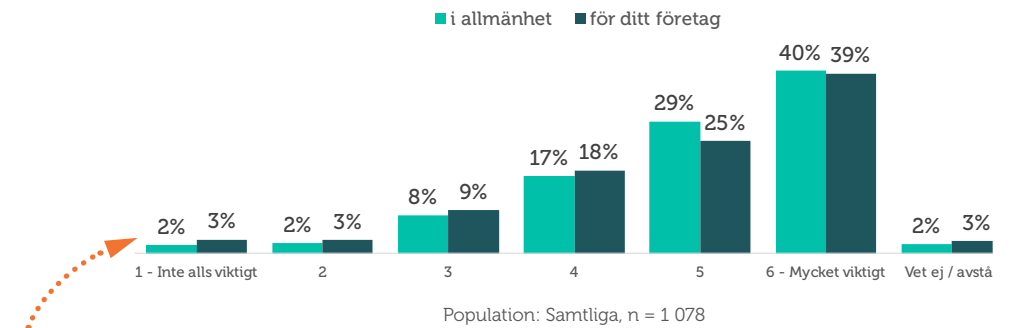
VAD ÄR HÅLLBART FÖRETAGANDE?

Enkelt uttryckt handlar hållbart företagande om att lönsamhet, miljöhänsyn och samhällsengagemang går hand i hand och genomsyrar alla delar av företagets verksamhet. Det innebär bland annat minskad miljö- och klimatpåverkan, goda arbetsförhållanden och rena affärer, men också respekt för rättigheter och anpassade affärsmodeller.

HÅLLBARHET I FOKUS FÖR SVERIGES FÖRETAG

Jämförelse mellan undersökningarna	2015	2019
Företag som ser hållbarhetsarbete som mycket viktigt för egna företaget	31%	39%
Företag som inte ser behov av hållbarhetsarbete	18%	9%
Företag med hållbarhetsarbete	55%	63%
Förväntningarna från allmänheten som viktigast anledning till hållbarhetsarbete	6%	22%
Soloföretagare som anser hållbarhetsarbete viktigt eller mycket viktigt	71%	84%
Företag som ser ökad lönsamhet från hållbarhetsarbetet	35%	41%
Företag som ser förbättrade kundrelationer från hållbarhetsarbetet	56%	63%
Företag som ser förbättringar i administration och styrning genom hållbarhetsarbetet	21%	31%

Är det viktigt eller oviktigt att bedriva hållbarhetsarbete och ta samhällsansvar?



Figur 1

Hållbarhetsfrågorna är prioriterade för Sveriges småföretagare. Hela 86 procent tycker att det är viktigt eller mycket viktigt för företag att ta samhällsansvar och att bedriva hållbarhetsarbete. Fler än fyra av fem anser dessutom att det är viktigt eller mycket viktigt för det egna företaget. Hållbarhet och samhällsansvar är alltså något som inte bara är viktigt i allmänhet, utan i allra högsta grad angeläget för den egna verksamheten.

Baserat på bakgrundsvariablerna i undersökningen ser vi att geografisk placering, storlek och bransch har relativt liten betydelse för hur företagen ser på vikten av hållbarhetsarbete. Andelen som anser att det viktigt eller mycket viktigt varierar endast med ett par procent. Trots att det finns bakomliggande faktorer, exempelvis en större andel tjänsteföretag i städer som påverkar fördelningen, lägger man följaktligen lika mycket vikt vid hållbarhetsfrågorna i städer som på landsbygden.

Är det viktigt eller oviktigt för ditt företag att bedriva hållbarhetsarbete och ta samhällsansvar för er verksamhet?



Figur 2

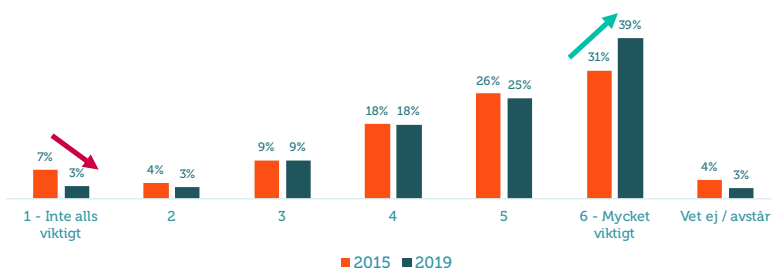


Vi ser en viss variation mellan olika branschkatgorier när det kommer till vikten av hållbarhetsarbete för det egna företaget, även om den är begränsad. Vi kan slå fast att företag inom vård och omsorg, personliga och kulturella tjänster, samt övriga konsumenttjänster i högre utsträckning än andra ser det som viktigt eller mycket viktigt att bedriva hållbarhetsarbete (Fig. 2).

När vi studerar dessa resultat i jämförelse med vår undersökning 2015 kan vi fastställa att bilden har förändrats. Medan andelen som anser att det i allmänhet är viktigt att ta samhällsansvar inte har förändrats under perioden har de som anser att det är viktigt eller mycket viktigt för det egna företaget ökat väsentligt. Vi ser också att andelen som anser det helt oviktigt mer än halverats. (Fig. 3).

Vi kan också se en skillnad i inställning beroende på företagsstorlek mellan de båda undersökningarna. Även om företagen med fler än fem anställda i något större utsträckning anser att det är viktigt att bedriva hållbarhetsarbete, är variationen begränsad och den sammantagna bilden bland företagen är starkt positivt. Det är ökning bland andelen soloföretagare och företag med 5-9 anställda som anser att samhällsansvar och hållbarhetsarbete är betydelsefullt. (Fig. 4).

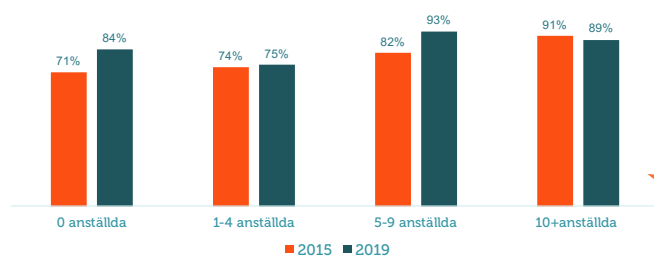
Är det viktigt eller oviktigt för ditt företag att bedriva hållbarhetsarbete och ta samhällsansvar för er verksamhet?



Figur 3

Population: Samtliga

Är det viktigt eller oviktigt för ditt företag att bedriva hållbarhetsarbete och ta samhällsansvar för er verksamhet?

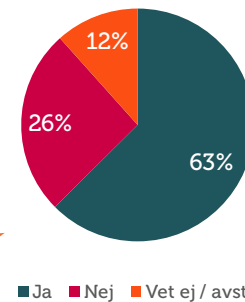


Population: Samtliga, andel som svarar 4, 5 eller 6 (det är viktigt)

Figur 4

SMÅFÖRETAG SATSAR HÅLLBART

Arbetar ditt företag med hållbarhet idag?



Population: Samtliga, n = 1 077

Figur 5

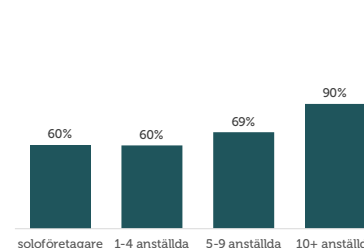
63 procent av de svenska småföretagen har någon form av hållbarhetsarbete. Vi kan också konstatera att de större företagen i högre utsträckning har ett utvecklat hållbarhetsarbete. Det är logiskt eftersom att större företag generellt har mer möjligheter att ha ett längre perspektiv i sina investeringar och mer resurser att bedriva ett systematiskt hållbarhetsarbete. Samtidigt ser vi att de mindre företagen har ökat mest i andelen som bedriver hållbarhetsarbete när vi jämför med vår undersökning 2015. Det tyder på att fler företag tar steget och satsar hållbart (Fig 5).

Företag inom vård och omsorg, personliga och kulturella tjänster har i högre utsträckning än andra ett hållbarhetsarbete.

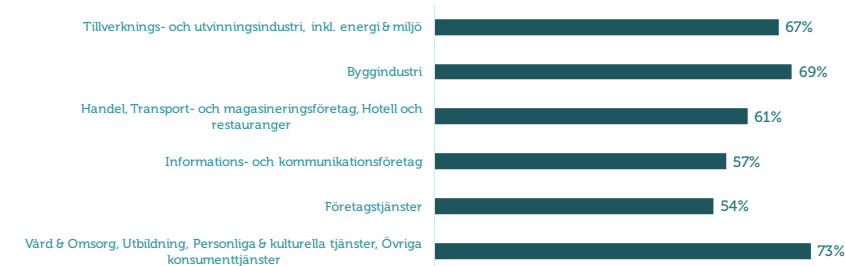
Även byggindustri, tillverknings- och utvinningsindustri, och energi och miljö är överrepresenterade bland företag med hållbarhetsarbete. Informations- och kommunikationsföretag, samt företagstjänster arbetar mindre ofta med hållbarhet. En anledning är att mindre konsultbolag generellt bedömer sin verksamhets hållbarhetspåverkan som mycket begränsad eller svår att förändra.

Jämfört med vår undersökning 2015 syns en markant ökning av andelen företag som arbetar med hållbarhet. Då hade 55 procent av företagen någon form av hållbarhetsarbete jämfört med 63 procent idag. Vi ser också att det skett en större ökning i vissa grupper av företag. Tillväxten av företag med hållbarhetsarbete är störst bland soloföretagare och bland företag med fler än 10 anställda. En möjlig förklaring till detta är att den ökade medvetenheten och efterfrågan på samhällsansvar har gett avtryck. De mindre företagen har i takt med omvärlden ökat sin prioritering kring hållbarhetsinsatser, samtidigt som större företag känner av ökande krav från kunder.

Arbetar ditt företag med hållbarhet idag? Svar = Ja



Figur 6

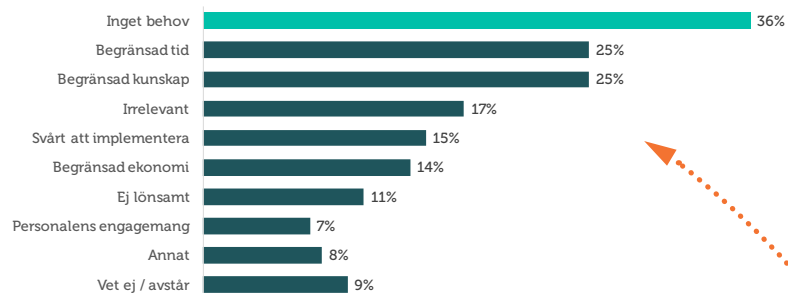


Population: Samtliga, n = 1 077

Figur 7

BRIST PÅ KUNSKAP OCH TID ÄR HINDER

Vad är skälen till att ditt företag inte bedriver hållbarhetsarbete?



Population: företagare som inte bedriver hållbarhetsarbete, n = 239

Figur 8

Av den dryga fjärdedel av företagen som inte bedriver hållbarhetsarbete anser 36 procent att det inte finns ett behov. Var fjärde uppger begränsningar i form av tid och kunskap som begränsande faktorer. Var sjätte menar att det är svårt att implementera, att ekonomin är begränsad eller att frågan, av någon anledning, är irrelevant.

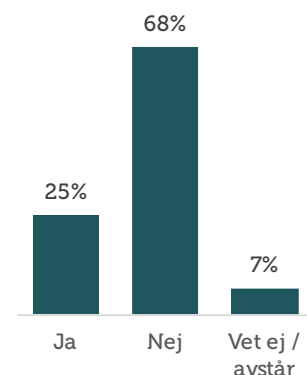
Flertalet småföretag har få eller inga anställda. Hela 68 procent av respondenterna har fyra anställda eller färre anställda i företaget. Det speglar det faktum att resursbrist utgör en begränsande faktor för att arbeta hållbart. En allmän utmaning för småföretagare är att med små personella resurser och begränsad intern kompetens bedriva ett strukturerat och långsiktigt hållbarhetsarbete.

Många småföretagare upplever att de har en väldigt liten hållbarhetspåverkan och begränsat inflytande. Samtidigt har andelen småföretag som inte ser ett behov att ha ett hållbarhetsarbete minskat betydligt över de senaste åren. Av företagen som inte bedriver hållbarhetsarbete gjorde 51 procent bedömningen att det inte fanns ett behov 2015. Idag är den andelen hela 15 procentenheter lägre.

"Andelen företag som gör bedömningen att det inte finns ett behov av hållbarhetsarbete har sjunkit med 15 procentenheter"

FÅ MÄTER RESULTATEN AV HÅLLBARHETSARBETET

Utvärderar ditt företag effekterna av ert hållbarhetsarbete?



Population: företagare som arbetar med hållbarhet idag och har en strategi för det, n = 382

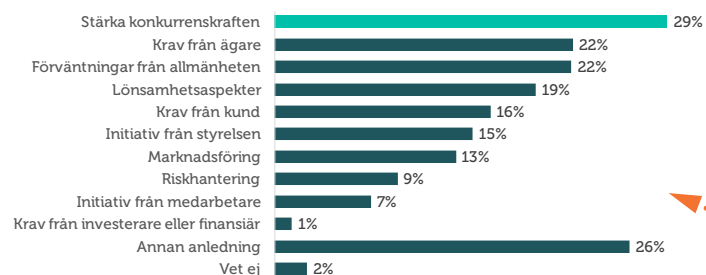
Figur 9

Även om allt fler småföretag ser betydelsen av, och bedriver ett, hållbarhetsarbete är det få som utvärderar sina insatser. Endast vart fjärde företag följer upp och utvärderar effekterna av sitt hållbarhetsarbete på något sätt. Det kan leda till ineffektivitet och fel fokus på det egna hållbarhetsarbetet, men också utgöra ett hinder i företagets kommunikation om vad företaget gör bra. Med brist på underlag och data kan det vara svårt att på ett trovärdigt sätt kunna beskriva sina insatser för kunder, finansörer och allmänheten.



HÅLLBARHETSARBETET ÄR AFFÄRSDRIVET

Vilka är de främsta anledningarna till att ni bedriver hållbarhetsarbete?



Figur 10

Population: företagare som arbetar med hållbarhet idag, n = 713

Företagens hållbarhetsarbete är till största del affärsdrivet. Att stärka företagets konkurrenskraft och öka lönsamheten tillsammans med ökade krav från kunder är bland de främsta anledningarna till att företagen bedriver ett hållbarhetsarbete. Det är med andra ord tydligt att småföretagen ser affärsnytta med sitt hållbarhetsarbete.

Småföretagens ägare har ett tydligt engagemang. Undersökningen visar att initiativ från företagets ledning och krav från ägare är viktiga för utvecklingen av hållbarhetsarbetet. Det åskådliggör också realiteten i många små företag – med ett tydligt ägande och en nära relation till företagets verksamhet.

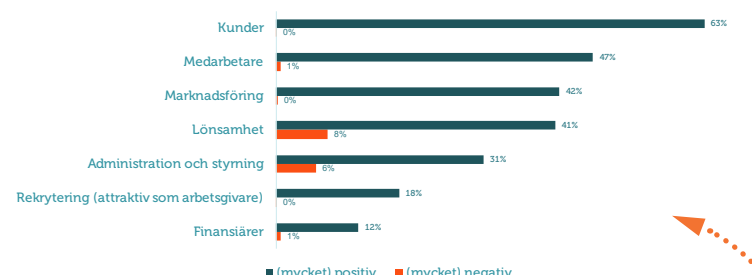
Mer än var fjärde respondent har också angett 'annan anledning' till att bedriva hållbarhetsarbete. Av fritextsvaren framgår att många företagare har ett hållbarhetsarbete för att de känner ett ansvar för miljön och samhället. Fler uppger att de anser att företaget har en skyldighet att tänka på framtiden och minska den egna verksamhetens negativa påverkan. Ett flertal menar att det idag är självklart för deras företag att ta in hållbarhetsaspekter i verksamheten, som en del av en generell utveckling.

Vår bedömning är att många småföretagares identitet är nära knutet till företaget och dess verksamhet. Idag är det i relativt hög utsträckning förväntat att beslutsfattare i olika sektorer och på olika nivåer har en medvetenhet kring hållbarhetsfrågor och tar ett samhällsansvar. Det gäller i högsta grad också för Sveriges företagare. Det märks också i att var femte företagare ser förväntningar från allmänheten som en avgörande faktor för deras hållbarhetsarbete.

Jämför vi resultaten med den tidigare undersökningen kan vi notera förändringar. Förväntningarna från allmänheten har ökat stort, från 6 procent till 22 procent sedan 2015. Samtidigt har marknadsföring som anledning för hållbarhetsarbetet har sjunkit från 26 till 13 procent. En tolkning av detta är att hållbarhetsfrågan har fått bredare fäste i samhällsdebatten och är därför mindre relevant lyfta i marknadsföringssyfte.

HÅLLBARHETSARBETET STÄRKER FÖRETAGET

Hur har ditt företags hållbarhetsarbete påverkat nedanstående?



Figur 11

Population: företagare som arbetar med hållbarhet idag, n = 703

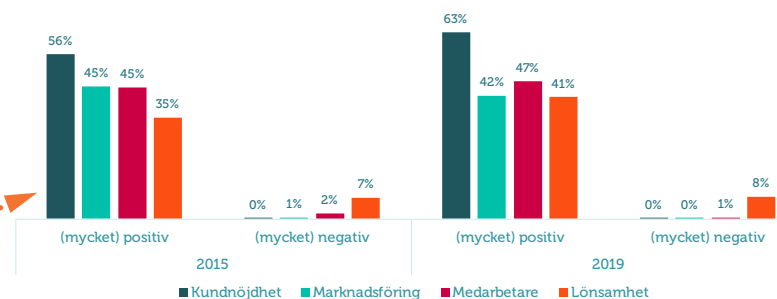
Hållbarhetsarbete stärker relationen till kunder, skapar nöjda medarbetare och gynnar marknadsföringen. Två av fem företagare säger också att hållbarhetsarbetet har bidragit till ökad lönsamhet. Var tredje respondent ser att det varit positivt för företagets styrning och administration. Undersökningen visar alltså att små företag generellt ser många positiva effekter av sitt hållbarhetsarbete.

Fler företag idag än 2015 ser att deras hållbarhetsarbete har en positiv påverkan på deras affärer. Företagen har fått förbättrade kundrelationer och ökad lönsamhet där vi ser ökning med 7 respektive 6 procentenheter. Det kan betyda att företagen agerat på den ökande efterfrågan på hållbara tjänster och produkter i samhället generellt, men även att de kunnat räkna hem de investeringar som man gjort i större utsträckning än tidigare.

Företagen som ser en förbättring av administration och styrning genom hållbarhetsarbetet har ökat med hela 10 procentenheter. Förklaringen tros vara att hållbarhetsarbetet har inneburit en genomlysning av verksamheten som lett till värdefulla lärdomar.

Vår slutsats är att hållbarhetsfrågor har blivit så pass utbredda att de företag som agerar hållbart kan börja skörda frukten av sina insatser. Det inverkar positivt på efterfrågan av företagets erbjudande där hållbarhetsfrågor påverkar mer idag än 2015. Denna trend förväntas fortsätta.

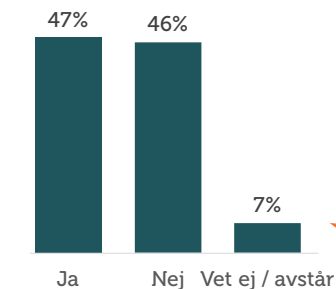
Fråga om påverkan – jämförelse 2015 och 2019



Figur 12

MILJÖ OCH KLIMATFRÅGORNA I FOKUS

Har ditt företag en strategi för ert hållbarhetsarbete?

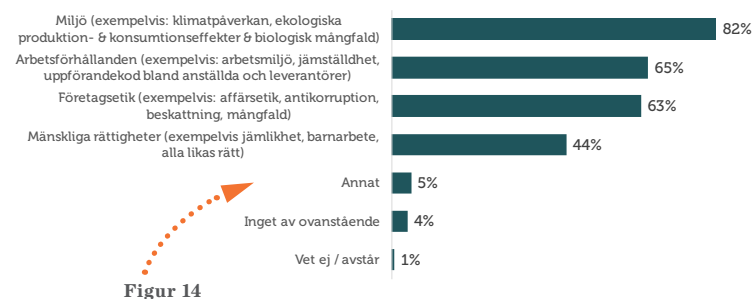


Population: företagare som arbetar med hållbarhet idag, n = 713

Figur 13

Hälften av de företagare som arbetar med hållbarhet har en hållbarhetspolicy eller strategi för sitt arbete. Vår bedömning är att det finns en kunskapslucka hos många mindre företag. Denna bedömning bekräftas även av att det är just vägledning, utbildning och hjälp med att hitta rätt verktyg för att kunna utforma strategier eller policys som företagen efterfrågar. Om företagen har en tydligare bild över vilka av verksamhetens insatser som bidrar till hållbarhet, och på vilket sätt, skulle det bli lättare för dem att både följa upp och externt kommunicera sitt hållbarhetsarbete. Vår slutsats är att många mindre företag gör viktiga insatser för hållbarhet inom exempelvis miljö, jämställdhet eller arbetsmiljö, men att de inte kategoriserar dem som just hållbarhetsinsatser. Genom att ha kännedom om vilka insatser som är mest relevanta för det egna företaget ökar möjligheterna till ett effektivt och lönsamt hållbarhetsarbete.

Vilka av nedanstående tematiska områden behandlas i företagets policy/strategi för hållbarhetsarbete?



Figur 14

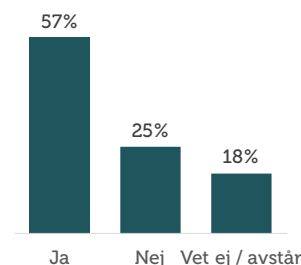
Miljö- och klimataspekterna ligger i fokus för styrdokumentet hos en majoritet av företagen (82 procent). Omkring två tredjedelar rör frågor om arbetsförhållanden (65 procent) och företagsetik (63 procent). Nära hälften av företagets styrdokument lyfter frågor om mänskliga rättigheter.

Vi kan konstatera att denna bild inte har förändrats sedan vår undersökning 2015. Miljöfrågorna är viktigast för svenska småföretag, vilket också bekräftas i våra kontakter med företagen. Som vi konstaterat ovan är det inte alltid enkelt för företagen att bedöma vad ett hållbarhetsarbete kan vara.

Det faktum att miljö- och klimataspekterna har ett övervägande fokus i företagets styrdokument kan bero på att miljöpåverkan ofta kan vara enkel att identifiera när verksamheten utvärderas ur ett hållbarhetsperspektiv. Eftersom att allt fler företag ser nyttan med att bedriva något slags hållbarhetsarbete, ser vi därmed stor potential för en fortsatt positiv utveckling hos företagen att aktivt arbeta med en våra största utmaningar – miljön och klimatet.

KLIMATINSATSER GER KONKURRENSFÖRDELAR

Tror du att klimatinsatser (t ex minskade utsläpp av växthusgaser) kan ge företag en konkurrensfördel?



Population: Samtliga, n = 1 066

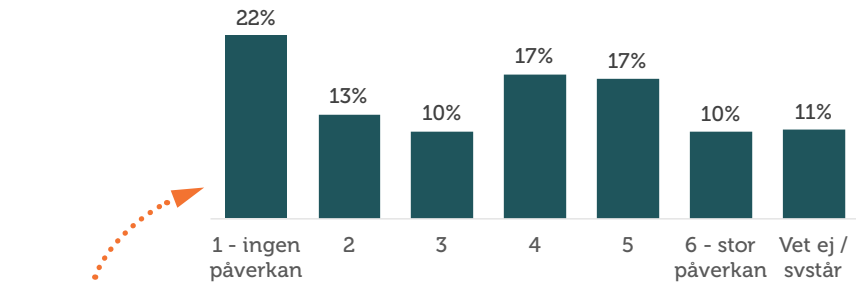
Figur 15

Två av tre företag tror att klimatinsatser kan ge konkurrensfördelar. Endast var fjärde företag tror inte att ett klimatarbete inom företaget kan ge verksamheten en konkurrensfördel. Vi kan alltså se att en övervägande majoritet av Sveriges småföretag anser att ett klimatarbete inom företaget kan ha betydelse för verksamhetens affärer.



MÅNGA LADDAR FÖR FÖRÄNDRING

Tror du att svensk klimatpolitik kommer att påverka ert företags verksamhet inom de närmsta 3 åren?

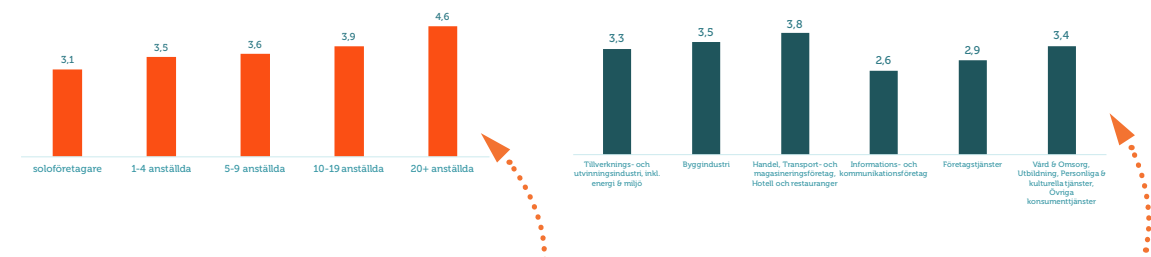


Figur 16

Population: Samtliga, n = 1 066

Sveriges företagare har en kliven inställning till hur svensk klimatpolitik kommer att påverka deras verksamhet de kommande tre åren. Dock visar undersökningen att ju större företaget är desto mer förväntar man sig att politiken kommer att påverka verksamheten. Förväntan är också kopplad till företagets branschtillhörighet. Exempelvis väntar sig i större utsträckning företag inom handel, bygg, transport, hotell och restaurang att bli påverkade än företag inom information och kommunikation eller företagstjänster. Alltså, detta följer branschernas relativa klimatpåverkan och där regleringarna därför varit som mest tydliga.

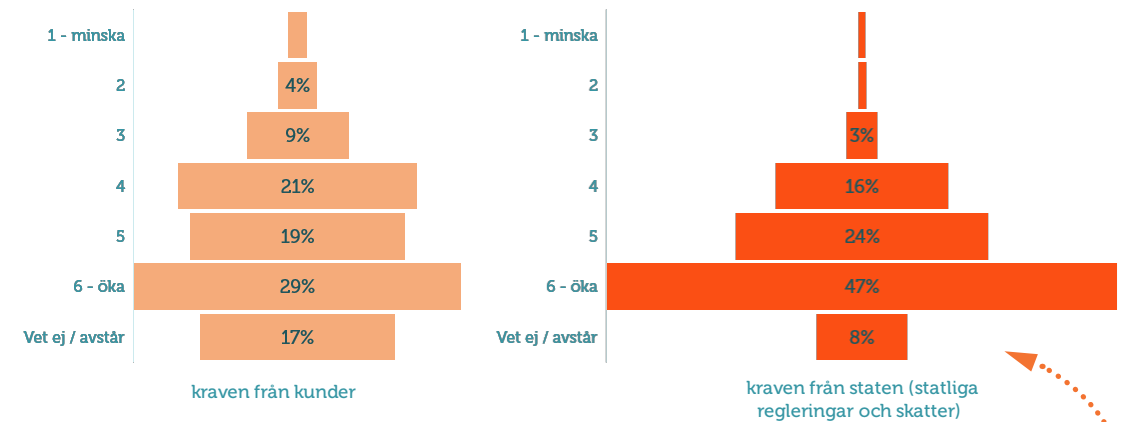
Tror du att svensk klimatpolitik kommer att påverka ert företags verksamhet inom de närmsta 3 åren?



Figur 17

Figur 18

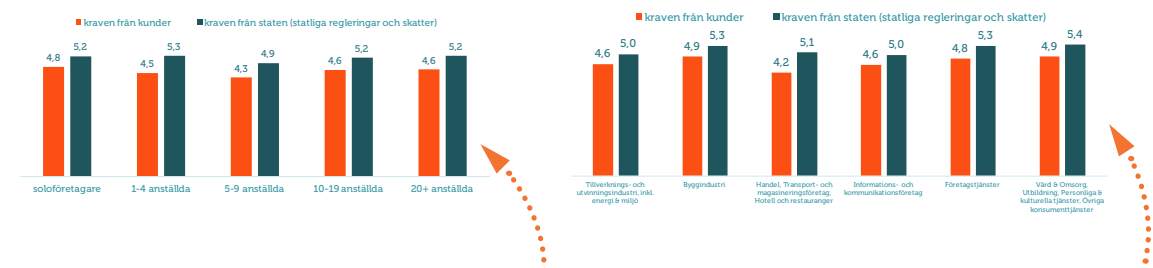
Tror du att kraven vad gäller utsläpp av växthusgaser kommer att öka eller minska från nedanstående aktörer de närmsta 3 åren?



Figur 19

En dominerande andel tror på ökade krav både från kunder och från staten. Hela nio av tio företag tror på ökade krav från staten, medan sju av tio förväntar sig att även kunderna kommer att öka sina krav. Denna uppfattning gäller för småföretagen i stort, oavsett företagets storlek, geografiska placering eller branschtillhörighet.

Tror du att kraven vad gäller utsläpp av växthusgaser kommer att öka eller minska från nedanstående aktörer de närmsta 3 åren?

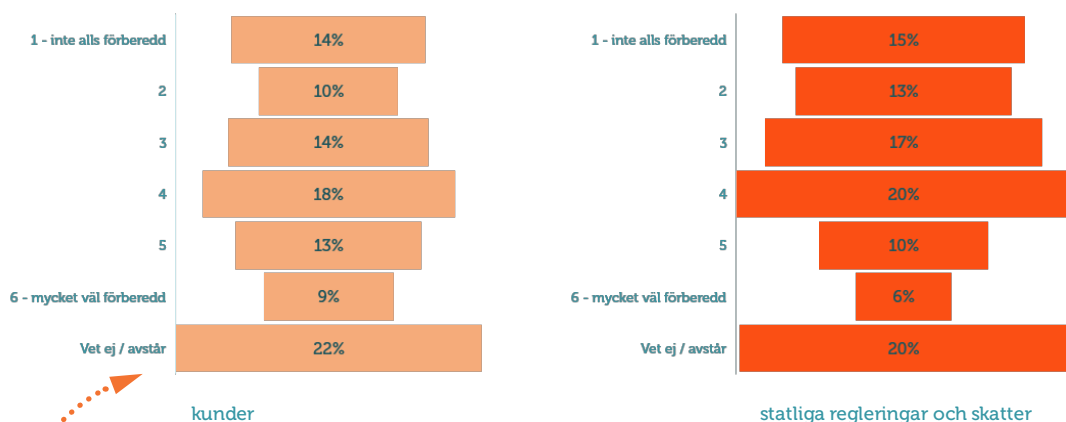


Figur 20

Figur 21

Dock upplever inte företagen behovet av att ställa om inför de förväntade kraven i samma utsträckning. Många av företagen gör bedömningen att de har liten eller ingen beredskap att hantera eventuellt ökande krav – vare sig från staten eller från kund. Undersökningen visar på att något fler är bättre förberedda på förväntade kundkrav, vilket kan komma av att företagen är i dialog med sina kunder och bättre vet vad som kan väntas komma. Motsvarande dialog eller information från statliga aktörer saknas. Att företagen i stor utsträckning anser att de har liten eller ingen beredskap att hantera ökade krav från staten beror delvis på en politisk oförutsägbarhet. För att företagen ska kunna hantera ökade krav och planera sin verksamhet krävs en politik som är tydlig men framför allt långsiktig. Effektiviseringar eller omstrukturering till följd av ökade krav är kopplat till stora kostnader och då måste företagen veta vad som gäller för en överskådlig framtid för att kunna planera sina investeringar.

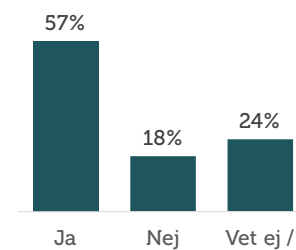
Har ditt företag beredskap att hantera eventuellt ändrade krav på utsläpp av växthusgaser från nedanstående aktörer/instanser?



Figur 22

VARTANNAT FÖRETAG HAR REDAN KLIMATINSATSER

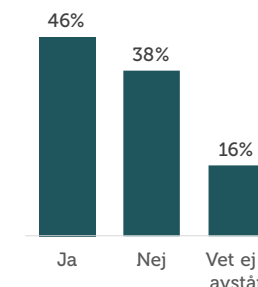
Har ditt företag ambitionen att minska era utsläpp av växthusgaser?



Figur 23

Population: Samtliga, n = 1 049

Har ditt företag vidtagit åtgärder för att minska era utsläpp av växthusgaser?



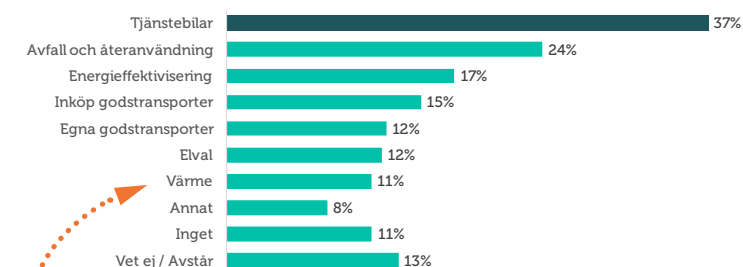
Figur 24

Population: Samtliga, n = 1 048

Två av tre företag har en ambition att minska sina utsläpp av växthusgaser. Nästan vartannat har redan vidtagit åtgärder. Det pekar på att klimatfrågan är viktig för svenska småföretag och att många har tagit klivet för att vara en del i omställningen.

Sveriges småföretag anser att de har störst möjlighet att minska sin klimatpåverkan genom sitt val av tjänstebil, insatser kopplat till avfall och återanvändning, energieffektivisering samt hur de löser företagets behov av transporter. Undersökningen visar att transporter står för tre av de fem områdena där företagen ser störst utsikter att minska sina utsläpp av växthusgaser. Eftersom transporter står för en tredjedel av Sveriges utsläpp skulle åtgärder inom det området göra stor påverkan. Transporter kan också upplevas som ett område där företagen har stor möjlighet att påverka, tex tjänstebilar eller inköp av transporter.

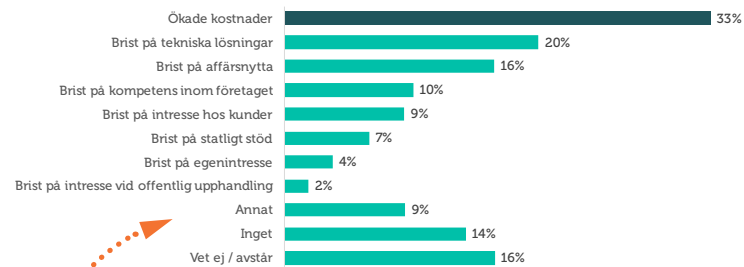
Inom vilka områden anser du att ditt företag har störst möjligheter att minska era utsläpp av växthusgaser?



Figur 25

AFFÄRSRELATERADE FAKTORER HINDRAR ÅTGÄRDER

Vilka av följande faktorer utgör de två största hindren för ert företag att minska era utsläpp av växthusgaser?



Figur 26

De största hindren för småföretag att minska sina utsläpp av växthusgaser är affärsrelaterade, såsom ökade kostnader och brist på affärsnytta. Det visar på nödvändigheten av tydliga kommersiella incitament och drivkrafter för att stimulera klimatinsatser bland företagen. Brist på tekniska lösningar och på kompetens inom företag nämns också som starkt bidragande orsaker.

Dessa faktorer ses som mer avgörande hinder för företagets insatser att minska utsläppen än brist på intresse hos kunder och vid offentliga upphandlingar. Samtidigt åskådliggör undersökningen att det just saknas marknadsunderlag för att täcka omkostnader för klimatinsatser.

De företag som har intervjuats i samband med enkätundersökningen visar på behovet av affärsmotiverande incitament och en marknadsdriven omställning. Tydligare hållbarhetsrelaterade krav i offertförfrågningar och tydligare klimatkrav i upphandlingar är förutsättningar för att företagen ska ha möjlighet satsa mer. Det skulle göra hållbarhetsarbetet mer efterfråganstyrt. Politiska beslut som påverkar företagets hållbarhetsarbete behöver långsiktiga och konsekventa. Det skulle ge ökad bärkraft och drivkraft för företagets klimatarbete.

INTERVJUER



Björn Ferry och Heidi Andersson, PTEH AB

Björn Ferry och Heidi Andersson håller föreläsningar och ger expertkommentarer inom sitt konsultbolag, som är förlagt i Storuman. De har globala uppdrag och kunder runtom i världen. Deras mål är att vara fossilfria år 2025 och hittills har de genomfört

en minskning av utsläpp med 70 procent på tre år. Detta genom att de sett över sina transporter, där de numera endast reser med tåg och elbil.

- Det är en meningsfull utmaning för oss och vi märker att många omkring är nyfikna. Affärsmässigt är det också en fördel eftersom att varumärket stärks och vi har en hög efterfrågan. Vi vill via vårt företag vara pionjärer och en del av förändringen, men det krävs också globala och starka överenskommelser som driver klimatfrågan internationellt. Den fossilfria resan måste fortsätta.



Hannu Husa, Nyköping Strand Utbildningscentrum

Hannu Husa är rektor på Nyköping Strand Utbildningscentrum. Med sina 35 anställda driver han gymnasieutbildningar för restaurang och livsmedel, hotell och turism – allt med tydligt hållbarhetsfokus som är en bärande del i skolans utbildningar. Bland annat har de

infört ett hållbarhetsår på restaurang- och livsmedelsprogrammet och ökat kopplingen till trädgård och natur.

- Vi försöker att se helheten och att hållbarhet ska vara en ledstjärna i allt vårt förbättringsarbete. Det gäller allt från inköp och användning av maskiner till armaturer, undervisning och menyerna i restaurangen. Vi har sedan länge försökt att bara arbeta med lokala leverantörer, både för material till anläggningen och till utbildningarna.

SLUTSATSER OCH FÖRSLAG

Hållbarhet blir en allt viktigare fråga för småföretagen och deras kunder. Det innebär att hållbarhetsinsatserna och affärsnyttan ökar parallellt. Denna utveckling tros fortsätta framåt och företagen förutser allt ökade krav från kunder och politiker.

Inom de svenska företagens hållbarhetsarbete märks att klimatfrågan är viktig. De flesta har ambitionen att minska sina utsläpp av växthusgaser och nästan hälften har redan vidtagit någon form av åtgärd. Samtidigt är de största hindren för att minska sina utsläpp affärsrelaterade, som ökade kostnader och brist på affärsnytta.

Ökade krav, mer regler och administration riskerar att fungera kontraproduktivt och stå i vägen för företagens möjligheter att bli mer hållbara. Som vi sett i denna undersökning har de flesta företag redan idag ett hållbarhetsarbete, vilket krävs för att de ska vara konkurrenskraftiga. I jämförelse med vår tidigare undersökning märks också att trenden är ökande. Fler företag har ett hållbarhetsarbete idag och fler anser att det gynnar affärsnyttan. Företagen ser att klimatpolitiken kommer att påverka deras verksamheter i högre grad, vilket visar på vikten av att ha en långsiktig och förutsägbar politik som underlättar för företagen att bidra till omställningen.

Företagens medskick för att accelerera utvecklingen framåt är att det behövs stöd och kunskap, affärsmotiverande ekonomiska incitament, och en långsiktighet som ger fog för investeringar för ökad hållbarhet. Upphandlingar, särskilt från offentlig sektor, behöver vara enkla, tydliga och anpassade efter småföretagens förutsättningar. Annars riskerar de att hämma företagens möjligheter att delta i upphandlingar. Småföretagen bör även fortsättningsvis ha möjlighet att lägga sina resurser på innovation och på att driva utvecklingen framåt.

Vi efterfrågar därför ett antal åtgärder som skulle hjälpa hållbara småföretag och bidra till snabbare takt för omställningen.

- **Stimulera efterfrågan på** småföretagens hållbara produkter och tjänster. Affärsnyttan är kärnan i småföretagens hållbarhetsarbete så för att accelerera hållbarhetsarbetet krävs en koppling till affärsnyttan. Upphandlingar med höga ambitioner som uppmuntrar hållbarhetsaspekter och som är anpassade efter småföretagens verklighet efterfrågas. Även insatser för att stimulera konsumenters efterfrågan främjar affärsnyttan.
- **Tydlig, förutsägbar och** långsiktig statlig styrning. Fokusera framför allt på en tydlig plan för en omställning för hela samhället så att rikspolitiken får genomslag regionalt och lokalt. Det är viktigt att den gröna skatteväxling som ryms i Januariöverenskommelsen leder till investeringar i innovation, teknikskiften och kompetens och att den inte ska leda till ökade kostnader utan i bästa fall tvärtom. Det är viktigt att de olika styrmedlen inte motverkar varandra eller leder till försämrade internationell konkurrenskraft.

- **Utveckla skattereduceringar och** ge ekonomiska incitament för omställningen. Kostnader är en avgörande faktor för småföretagare och en stor ekonomisk skillnad att satsa på fossilfria alternativ skulle snabbt skapa mer driv i omställningen i hela värdekedjan. Skapa fler och mer omfattande ekonomiska stimulansinsatser, tex. i det omformade Klimatklivet som ingår i Januariöverenskommelsen. Insatserna kan vara i form av skattenedsättningar för miljövänliga alternativ eller bidrag med förenklade ansökningsprocesser för småföretag för investeringar för olika fossilfria alternativ - framförallt för tekniksprång, energieffektivisering och fossilfria transporter, tex. för elbilsladdning på arbetsplatsen.
- **Medvetenheten om företagens** egna energianvändning bör öka, på så sätt kan effektivisering göras och pengar besparas. Energikartläggningsstödet har varit en framgång och bör förlängas efter april 2019.
- **Småföretagen behöver ökad** kompetens för att göra fler klimatåtgärder. Staten bör erbjuda ett kunskapslyft för småföretagare för att snabbt kunna möta de ökade kraven från kunderna och staten.

OM UNDERSÖKNINGEN

- Utskick till 3 429 deltagare i Företagarnas panel
- Första utskick 30 november 2018; påminnelse 5 & 7 december
- Resultat togs fram 13 december 2018
- 1 091 svar (varav 1 010 slutförda): 32 % svarsfrekvens
- Även ej slutförda svar ingår i analys (varje svar sparas)
- Urvalet korrigeras så att det liknar den nationella företagarstrukturen, med hjälp av en modell baserad på SCB:s statistik på antal företagare i Sverige. Konkret görs detta genom att korrigerande vikter räknas fram för olika företagsstorlek (antal anställda), kön, ålder och bransch.

beyond intent

beyondintent.se | info@beyondintent.se | 0709-66 00 80

Twitter: [@beyondintentab](https://twitter.com/beyondintentab)
Linkedin: Beyond Intent AB



fossilfritt-sverige.se | m.fossilfrittsverige@regeringskansliet.se

Twitter: [@FossilfrittSE](https://twitter.com/FossilfrittSE)
Facebook: [fossilfrittsverige](https://www.facebook.com/fossilfrittsverige)

företagarna

foretagarna.se | info@foretagarna.se | 08 – 406 17 00

Twitter och Instagram: [@foretagarna](https://twitter.com/foretagarna)
Facebook och LinkedIn: Företagarna