

KLIMAKLAR SMV

Hidtidige erfaringer med opgørelse af klimaaftryk i 50 SMV'ER

**INDUSTRIENS
FOND** FREMMER DANSK
KONKURRENCEEVNE

The Danish Industry Foundation



Global Compact
Network Denmark

AXSELFUTURE
ERHVERVSLIVETS TÆNKETANK



**RAPPORTEN ER EN DEL AF PROJEKT KLIMAKLAR SMV, SOM ER
FINANSIERET AF INDUSTRIENS FOND**

UDARBEJDET AF AXSELFUTURE

Marts 2022

INDHOLDSFORTEGNELSE

FORORD: KLIMAKLAR SMV – HVORFOR?.....	3
OM PROJEKT KLIMAKLAR SMV	4
EXECUTIVE SUMMARY.....	6
ANBEFALINGER TIL VIRKSOMHEDER.....	9
DEL 1: MÅLRETTET KLIMAFOKUS BEHØVER IKKE VÆRE UFORHOLDSMÆSSIGT RESSOURCEKRÆVENDE	10
1. KLIMAKOMPASSET STILLER DATA OG VEJLEDNING TIL RÅDIGHED.....	11
2. VIRKSOMHEDER KAN TAGE AFSÆT I ERFARINGER FRA KLIMAKLAR SMV	15
3. CASE: SÅDAN HAR MOUNTAIN TOP INDARBEJDET KLIMA I DERES FORRETNINGSPLAN.....	28
DEL 2: KLIMARAPPORTERING GØR VIRKSOMHEDER MERE ATTRAKTIVE FOR KUNDER OG INVESTORER.....	32
1. KLIMARAPPORTERING ER ET FUNDAMENT FOR RETVISENDE KLIMAKOMMUNIKATION	33
2. NYE RAMMER FOR FINANSSEKTOREN – KLIMARAPPORTERING KAN GIVE HØJERE VÆRDISÆTNING OG BILLIGERE FINANSIERING.....	34
3. C25-VIRKSOMHEDER SÆTTER KLIMAMÅL SOM OGSÅ OMFATTER LEVERANDØRKÆDERNE..	36
APPENDIX.....	41

FORORD: KLIMAKLAR SMV – HVORFOR?

Klima og grøn omstilling er blevet en forretningspræmis hos mange virksomheder i både Danmark og udlandet. De store virksomheder bliver i stigende grad mødt af krav fra investorer om at tage grønt ansvar og bidrage til den grønne omstilling. Virksomheder er derfor begyndt at opgøre deres CO₂-udledninger, og flere har også forpligtet sig til at mindske klimapåvirkningen. Virksomhederne forpligter sig typisk til at reducere drivhusgasudledninger fra hele værdikæden - også fra deres underleverandører.

Det stiller nye og komplekse krav til små og mellemstore virksomheder i Danmark, der producerer og sælger til andre virksomheder. Underleverandører vil i stigende omfang forventes at have styr på deres klimaaftryk. Hvis virksomheder er underleverandører til virksomheder med reduktionsmål, kan det ligefrem blive en konkurrenceparameter at kunne producere med lavere udledninger end nye og gamle konkurrenter. Det skyldes, at udledninger i forsyningskæden medregnes i slutproducenternes klimaaftryk. Hertil kommer også et stigende pres fra forbrugerne, som bliver stadig mere bevidste om at købe klimavenlige produkter.

Klima er altså blevet en konkurrenceparameter for mange SMV'er. Både handelspartnere, investorer og forbrugere øger hele tiden forventningerne til, at de danske virksomheder har styr på deres klimaaftryk.

Imidlertid oplever mange mindre virksomheder, at det er svært at få greb om, hvordan de skal gribe klimaproblematikken an. Hvor store virksomheder i stigende omfang ansætter klima- og bæredygtighedskonsulenter, vil opgaver ifm. klima og bæredygtighed i mindre virksomheder typisk varetages af medarbejdere, som også har opgaver inden for andre områder. Hertil kommer, at timeforbruget i forbindelse med klima hurtigt kan komme til at fylde uforholdsmæssigt meget i en mindre virksomhed. Flere af virksomhederne i projektet fortæller, at de har haft stor gavn af at kunne spare med klimakyndige ift. at få greb om klimaregnskaber og målsætninger.

Grøn markedsføring er også blevet en konkurrenceparameter for mange virksomheder. Her er det afgørende for virksomhederne, at de har styr på klimaaftrykket. Det skyldes, at god og retvisende grøn markedsføring i udgangspunktet er baseret på et indgående kendskab til virksomhedens klimapåvirkning. Grøn kommunikation på et ikke oplyst grundlag øger mærkbart risikoen for fejlagtig – og måske ligefrem misvisende kommunikation i form af greenwashing.

Denne rapport ser nærmere på de indsamlede erfaringer, og kommer også med en række anbefalinger til hvordan virksomheder kan komme i gang med deres klimarapportering og -ambitioner. Erfaringer der nu skal udbredes til langt flere virksomheder i Danmark.

Rapporten er udarbejdet af Sara de Roepstorff, Klimaøkonom i Axcelfuture og Anna Poulsen, Research Assistant i Axcelfuture. Bag projektet står Fremstillingsindustrien, Dansk Industri og Industriens Fond i samarbejde med Global Compact Network Denmark, Aalborg Universitet, Viegand Maagøe og Axcelfuture.

OM PROJEKT KLIMAKLAR SMV

Formålet med klimaklar SMV har været at hjælpe SMV'erne med at få styr på deres udledninger så de kan bidrage til den grønne omstilling og skabe mere grøn vækst i fremtiden. Gennem projektet Klimaklar SMV er 50 virksomheder kommet godt i gang med at opgøre deres klimaaftryk på en retvisende måde. I projektet har virksomhederne gennemgået et nyt rådgivningsforløb, der styrker vækst og konkurrenceevne gennem CO₂-beregning, klimastrategi og branding. Nogle virksomheder er gået skridtet videre, og har fastsat reduktionsmål. Endelig har de medvirkende virksomheder fået rådgivning om god og retvisende grøn kommunikation.

Formålet er også at udbrede erfaringer og viden opsamlet fra de 50 deltagende virksomheder i projektet om CO₂-aftryk, klimaplaner og kommunikation til alle andre SMV'er i den danske fremstillingsindustri. Projektet har givet konkret erfaring med klimaopgørelse i små og mellemstore virksomheder i den danske fremstillingsindustri. Viden om, hvad der er svært, og hvordan virksomheder bedst griber klimarapportering an. Erfaring som fremadrettet skal komme endnu flere virksomheder til gavn.

Bag projektet står Fremstillingsindustrien, Dansk Industri og Industriens Fond i samarbejde med Global Compact Network Denmark, Aalborg Universitet, Viegand Maagøe og Axcelfuture.

Sådan har vi gjort

Virksomhederne har gennemgået et intensivt forløb i samspil med projektets tekniske partnere i løbet af 2021. De medvirkende virksomheder har modtaget 50 gratis rådgivningstimer med Viegand Maagøe. Projektet har forudsat, at virksomhederne også har afsat i omegnen af 70 interne ressource timer til gennemførelsen.

Virksomhederne har fået eksperthjælp til at lægge en plan for, hvordan deres virksomheder og ikke mindst deres produkter og services kan blive mere klimavenlige. En vigtig del af projektet har været at give virksomhederne værktøjer, der sætter dem i stand til at dokumentere deres klimaindsats.

Virksomhederne er blevet hjulpet i gang med klimarapportering. De har gennem projektet fået udarbejdet følgende, som de kan anvende og implementere i deres videre klimafokus:

1. Opgørelse af virksomhedernes drivhusgasudledninger
2. 2030-fremskrivning af virksomhedernes forventede drivhusgasudledning
3. Rådgivning om konkrete reduktionstiltag
4. Forslag til fastsættelse af klimamål gennem SBTi
5. Kommunikationsrådgivning

Denne rapport samler op på erfaringer fra de 50 rådgivningsforløb, og ser også nærmere på, hvordan SMV'er med klimarapportering kan styrke eller fastholde deres position i andre virksomheders værdikæder. Rapporten indeholder en række konkrete anbefalinger, som fremstillingsvirksomheder kan tage udgangspunkt i, når de laver klimarapportering. Ifm. udarbejdelse af rapporten, har Axcelfuture været i kontakt med Viegand Maagøe samt virksomhederne Jysk Display, Elektro-Isola A/S, FlowCon International og Mountain Top.

Det videre forløb

Dette projekt er første fase. Planen er nu at brede klimarapportering mv. ud til alle små og mellemstore virksomheder. De spiller nemlig en afgørende rolle for, at Danmark kan komme i mål med ambitionerne om at reducere CO₂-udledningen i Danmark med 70 procent i 2030. Erfaringer fra projektet viser endvidere, at en målrettet klimaindsats i danske virksomheder også kan nedbringe den globale klimapåvirkning af danske aktiviteter. Det vil øge konkurrencekraften blandt SMV'erne både i Danmark og globalt – og dermed gavne vækst og jobskabelse.

Allerede i dag kræver flere store virksomheder, at deres leverandører er bæredygtige og arbejder med at måle og sænke deres klimaaftryk. Det gælder blandt andet store danske flagskibe som Grundfos, Danfoss, Siemens Gamesa og Novo Nordisk.

Det er imidlertid de færreste SMV'er, der umiddelbart kan leve op til kravene. De mangler data om deres klimaaftryk, de mangler viden om klima og bæredygtighed og de mangler ikke mindst ressourcer til at realisere ønskerne om at blive klimavenlige. Kun ca. 10 procent af de danske produktionsvirksomheder kender deres klimaaftryk, ifølge en undersøgelse fra Klimapartnerskab for Produktionsvirksomheder i 2020.

EXECUTIVE SUMMARY

DEL 1: MÅLRETTET KLIMAFOKUS BEHØVER IKKE VÆRE UFORHOLDSMÆSSIGT RESSOURCEKRÆVENDE

GHG-protokollen, der er blevet til i et samarbejde mellem World Resources Institute (WRI) og Business Council for Sustainable Development (WBCSD) opdeler virksomhedernes udledninger i tre dele – scope 1, 2 og 3. Scope 1 er virksomhedens direkte emissioner, scope 2 er navnlig forbrug af elektricitet, mens scope 3 er indirekte emissioner, som navnlig er indkøb, outsourcete aktiviteter samt affald mv. Denne opdeling skaber et solidt udgangspunkt for virksomheders klimaregnskab. Størstedelen af C25-virksomhederne har også valgt at tage udgangspunkt i GHG-protokollen.

En tilpasset version af GHG-protokollen er Klimakompasset fra Erhvervsstyrelsen, der opdateres årligt. Virksomheder kan selv lave et klimaregnskab med udgangspunkt i Klimakompasset, men klima- og energirådgivere har også adgang til Klimakompassets data og regneværktøj. Der vil i mange tilfælde være fordele ved at søge vejledning hos en energirådgiver, idet de kan sikre, at regnskabet bliver retvisende.

Klimakompasset stiller emissionsfaktorer til rådighed, som anvendes til at beregne udledninger af en given aktivitet i virksomheden. Hvis der skal laves en klimafremskrivning mhp. målfastsættelse, skal emissionsfaktorerne korrigeres, da de typisk nedbringes over tid. Her kan det være aktuelt at trække på en klima- og energirådgiver, der kan kortlægge reduktionspotentialer og estimere omkostninger.

Der er i projektet gennemført klimarådgivning hos 50 danske SMV'er, hvoraf der indgår data for de 49 i denne rapport for virksomhedernes aktiviteter i Danmark. Virksomhederne har i gennemsnit 78 ansatte, men antallet svinger mellem 5 og 500. Det samme gælder for virksomhedernes udledninger. De samlede udledninger pr. virksomheder er i gennemsnit 11.000 ton CO₂e, men tallet svinger mellem under 1.000 og 47.000.

Klimaklar SMV viser, at udledningerne i scope 3 typisk udgør omkring 90 pct. af de samlede udledninger. For nogle virksomheder er det helt op imod 99 pct. Der er dog forskelle. For enkelte virksomheder udgør scope 1 hele 61 pct. mens scope 2 for andre virksomheder er den største udledningskilde.

Scope 1 kommer hovedsageligt fra forbrug af naturgas, som i gennemsnit udgør 67 pct., mens scope 2 alt overvejende kommer fra elforbrug. I scope 3 stammer udledningerne hovedsageligt fra indkøb til virksomhedernes produktion, mens transport står for en mindre andel.

Vi har sammenlignet data fra Klimaklar SMV med tal for de generelle udledninger indenfor fremstillingsbrancherne, og de viser, at udledningerne er nogenlunde ens.

Samlet set vurderer Axcelfuture, at de samlede udledninger fra danske SMV'er – inkl. udledninger fra scope 3 udgør ca. 30 mio. tons CO₂.

Fremskrivninger af de medvirkende SMV'ers udledninger viser, at de samlet set forventes at fordobles frem mod 2030, når der tages højde for alle scopes – 1, 2 og 3. Det forventes navnlig en stigning inden for scope

3, mens scope 1 og 2 rent faktisk falder som følge af den danske klimapolitik, der medfører, at energiproduktionen i store træk er på vej til at blive klimaneutral.

Der ses en markant fremgang i antallet af danske virksomheder, der har tilsluttet sig eller fastsat reduktionsmål gennem Science Based Target (SBTi). Aktuelt har 55 danske virksomheder tilsluttet sig SBTi, hvoraf de fem af virksomhederne er med i Klimaklar SMV. Indtil videre har tre af de deltagende virksomheder tilsluttet sig SBTi.

SMV'er har lettere adgang til SBTi end de helt store virksomheder, da SMV'er har adgang til et særligt SBTi fast track, som kun stiller skrappe reduktionskrav til scope 1 og 2. Mange danske SMV'er vil opfylde kravene til SBTi fast track, da den nationale klimapolitik som nævnt understøtter nedbringelse af særligt scope 1 og 2.

Virksomheder kan for scope 3 vælge mellem at fastsætte *absolutte* reduktionsmål og *intensitetsmål*. Ved absolutte mål forpligter virksomhederne sig til at reducere ift. udledningerne i et såkaldt historisk år. Ved intensitetsmål nedbringes udledningerne ift. værdi, og er dermed en slags afkoblingsmål. For mange SMV'er vil intensitetsmålet formentlig være at foretrække, da det så at sige tillader, at virksomheden vokser.

DEL 2: KLIMARAPPORTERING GØR VIRKSOMHEDER MERE ATTRAKTIVE FOR KUNDER OG INVESTORER

Klimaforhold er blevet forretningskritisk, og det ses ofte, at virksomheders kommunikation vinkles i en grøn retning. Virksomheder skal imidlertid være opmærksomme på at holde sig på den rigtige side af markedsføringsloven, så de undgår vildledende markedsføring og dermed mulig greenwashing. Gennem Klimaklar SMV har virksomhederne modtaget kommunikationsrådgivning fra Viegand Maagøe, der har udviklet kommunikationsmodellen DIVE, som virksomhederne med fordel kan anvende.

Klimadagsordenen fylder også på investorsiden. Investorer og finansielle institutioner omfattes af nye krav til opgørelse af deres aktiviteter påvirkning. Det sker fx med EU's nye taksonomi over bæredygtige investeringer.

Det må forventes, at finansielle aktiviteter klimapåvirkning vil få endnu større betydning for virksomhederne i fremtiden. En effektiv klimarapportering må derfor forventes at kunne omsættes til en økonomisk fordel, såfremt virksomhederne formår at omsætte deres klimamål til forretningsmæssige mål. Virksomhederne kan være på forkant med udviklingen, de kan bedre imødegå kommende klimakrav fra kunder, investorer og andre finansielle samarbejdspartnere.

De største danske virksomheder har taget klimaansvaret på sig, og arbejder nu målrettet med nedbringelse af deres klimapåvirkning.

92 pct. af C25-virksomhederne laver klimarapportering for scope 1 og 2, mens 71 pct. af virksomhederne også rapporterer om scope 3. 79 pct. af C25-virksomhederne har fastsat absolutte reduktionsmål og 8 pct. har fastsat intensitetsmål. 11 af C25-virksomheder har SBTi-godkendte målsætninger og yderligere seks virksomheder er i dialog med SBTi om at få deres målsætninger godkendt.

For langt de fleste C25-virksomheder udgør scope 3 hovedparten af udledningerne – ca. 68 pct. i 2020. En gennemgang af deres klimamålsætninger viser, at deres klimabelastning inkl. scope 3 forventes at falde med

samlet set 27 mio. ton CO₂e fra 2020 til 2030. Heraf udgør faldet i scope 3 11 mio. ton CO₂e.

C25-virksomheders klimaambitioner trækker andre virksomheder i en grøn retning, fordi de stiller reduktionskrav til deres underleverandører.

Fx omfatter Novo Nordisk's klimaambitioner også deres leverandører. Novo Nordisk's forsyningskæde (scope 3) udgør 80 pct. af virksomhedens samlede udledninger. Som del af deres SBTi scope 3-målsætning, kræver Novo Nordisk, at samtlige direkte underleverandører skal køre på 100 pct. vedvarende energi inden 2030. Novo Nordisk forpligtiger sig til at assistere leverandører i deres omstilling til vedvarende energi. Novo Nordisk har også sat krav om, at deres centrale underleverandører skal have sat klimamålsætninger inden 2030. Centrale underleverandører tæller ca. 300 virksomheder og udgør to tredjedele af scope 3.

ANBEFALINGER TIL VIRKSOMHEDER

1. Afklar behovet for klimarapportering

Afklar, om I handler med andre virksomheder med reduktionsmål. I så fald kan klimarapportering være en konkurrenceparameter, som I bør forholde jer til. Vær særligt opmærksom på samhandel med store virksomheder, der i stigende omfang er begyndt at stille klimakrav til underleverandører.

2. Sørg for god forberedelse, ledelsesmæssig forankring og sæt tid af til projektet

Sørg for ledelsesmæssig forankring og beslutningskompetence før I går i gang. Organiser jer evt. med en projektgruppe, og inddrag relevante medarbejdere ad hoc. Involverede kan være CSR, ledelse, produktion, indkøb og salg. Overvej om I som virksomhed har kompetencerne til selv at udarbejde et retvisende klimaregnskab, eller om der er behov for ekstern rådgivning. Estimer forventet ressourceforbrug og fastlæg en tidsplan for projektet, så det bedst muligt afgrænses.

3. Få lavet et retvisende datagrundlag

Udarbejd et klimaregnskab som tager udgangspunkt i GHG-protokollen. Kortlæg først udledninger i scope 1 og 2 og dernæst scope 3. Anvend fx *Klimakompasset*. Udarbejd dernæst en fremskrivning af jeres udledninger. Her kan det være relevant med ekstern rådgivning, da der til udarbejdelse af en fremskrivning både bør tages hensyn til, om virksomheden og materialeforbruget forventes at vokse, og hvordan emissionsfaktorer forventes at udvikle sig frem i tiden. Få kortlagt reduktionspotentialer på baggrund af fremskrivningen og kortlæg også muligheden for tilslutning til SBTi. Undersøg om SBTi fast track er en mulighed for jer.

4. Sæt klimamålsætning og fastlæg en reduktionsstrategi

Hvis det har værdi for jer, så sæt en reduktionsmålsætning (fx gennem SBTi), fastlæg en strategi, der fører til målopfyldelse og implementer strategien i jeres forretningsplaner og planer for produktudvikling.

5. Kommuniker

Kommunikér troværdigt og retvisende. Det anbefales at kommunikationen tager udgangspunkt i jeres klimaregnskab samt evt. fremskrivning og målsætning. Viegand Maagøe har udarbejdet kommunikationsanbefalinger, som I kan tage udgangspunkt i. *Se bilag 1.*

6. Følg op

Følg op med opdaterede klimaregnskaber og fremskrivninger, så I sikrer jer, at I er på sporet. Det er særlig vigtigt, hvis I har sat reduktionsmål eller en klimavinkel i jeres kommunikation.



DEL 1: MÅLRETTET KLIMAFOKUS BEHØVER IKKE
VÆRE UFORHOLDSMÆSSIGT
RESSOURCEKRÆVENDE

1. KLIMAKOMPASSET STILLER DATA OG VEJLEDNING TIL RÅDIGHED

Virksomheder, der vil i gang med at opgøre deres klimaaftryk, skal beslutte, hvordan det skal laves. Der findes ingen officiel og international standard, så derfor skal virksomheder som det første tage stilling til, hvilken metode de vil anvende. Klimaklar SMV tager udgangspunkt i *Greenhouse Gas (GHG)-protokollens scope 1, 2 og 3-tilgang*. GHG-protokollen er blevet til i et samarbejde mellem private organisationer¹, og blev lanceret første gang tilbage i 2001. Siden er standard, metode og anbefalinger blevet tilpasset og udvidet med opgørelses- og monitoreringsværktøjer, vejledninger m.v., som virksomheder og organisationer kan tage udgangspunkt i.²

GHG-protokollen vurderes at være den mest anerkendte og anvendte metode, og er også den standard som langt de fleste C25-virksomheder anvender. Erhvervsstyrelsen har udviklet *Klimakompasset*, der lægger sig op ad GHG-protokollen. *Klimakompasset* er et redskab til danske virksomheder, der stiller metode og værdifulde data til rådighed for danske virksomheder, der skal udarbejde klimaaftryk. GHG-protokollen, scope 1, 2 og 3 samt Klimakompasset uddybes neden for.

GHG-protokollen og scope 1, 2 og 3

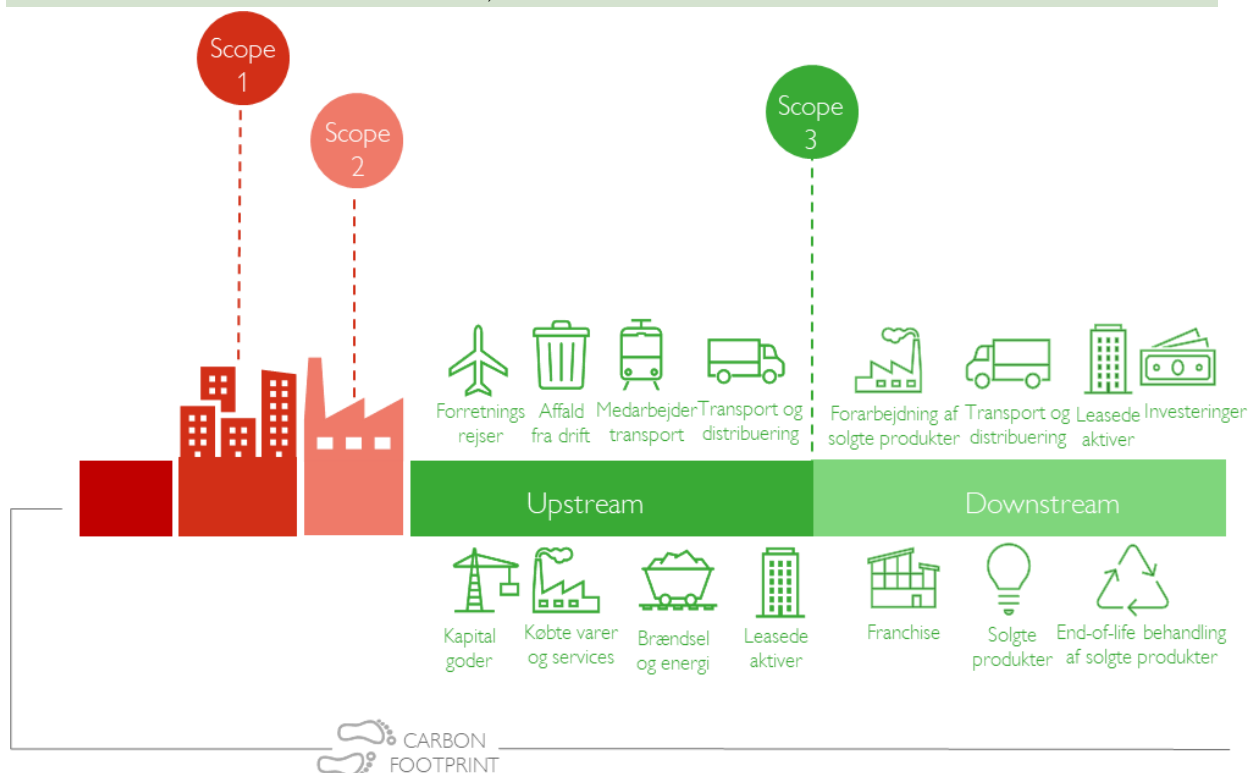
For at sætte klimamål og sænke drivhusgasudledninger omkostningseffektivt er det nødvendigt med en detaljeret kortlægning og en fælles målestok for udledninger. GHG-protokollen er et globalt, standardiseret værktøj, som anvendes til at måle og administrere udledninger og reduktioner fra private og offentlige drifter og værdikæder. GHG-protokollen har til formål er at sikre gennemsigtig og ensartet klimarapportering, og er med årene blevet den mest anvendte grønne regnskabsstandard. GHG-protokollen benyttes på global plan af stort set alle virksomheder, der fører klimaregnskab. Protokollen tilsiger en tredelt opdeling (scope 1, 2 og 3) af udledningerne for enhver given virksomhed. Imens GHG-protokollen forudsætter at virksomheder opgør udledninger fra scope 1 og 2, er opgørelse af scope 3 ikke obligatorisk.

Scope 1 omfatter virksomheders *direkte* udledninger, og består af udledninger fra kilder som virksomheder ejer og/eller kontrollerer. Det kan være udledninger fra køretøjer og produktionsanlæg. *Scope 2* omfatter virksomheders *indirekte* udledninger fra forbrug af elektricitet, fjernvarme og -køling. *Scope 3* omfatter alle øvrige udledninger. Scope 3 består således af alle øvrige indirekte udledninger, som opstår af en given virksomheds aktiviteter, hvor kilden til udledningerne hverken er ejet eller kontrolleret af virksomheden selv. Det er typisk udledninger fra købte varer og service, indirekte transport og distribution, affaldshåndtering og investeringer. Det kan også være udledninger forbundet med kundernes brug af virksomhedens produkter – fx ifm. brug af elektronik, maskiner eller transportmidler. Scope 3 opdeles efter *upstream* og *downstream*. *Scope 3, upstream* er udledninger forbundet med aktiviteter *før* de rammer virksomheden (fx udledninger forbundet med købte produkter inkl. transport af produkterne. *Scope 3, downstream* er udledninger forbundet med aktiviteter, når de har forladt virksomheden. Det er udledninger fra solgte produkter, investeringer, leasede aktiviteter mv.

¹ World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) og World Resources Institute (WRI).

² Kilde: [About Us | Greenhouse Gas Protocol \(ghgprotocol.org\)](https://ghgprotocol.org/)

FIGUR 1.2: HVAD OMFATTER SCOPE 1, 2 OG 3?



Klimakompasset/ CO₂-beregneren

Når virksomheder beslutter at gå i gang med at udarbejde et klimaregnskab, kan de med fordel tage udgangspunkt i *Klimakompasset*, som Erhvervsstyrelsen stiller til rådighed for virksomheder, der skal lave klimarapportering³. Klimakompasset læner sig op ad *GHG-protokollen*. Klimakompasset er den standard, som Klimaklar SMV tager udgangspunkt i, og den standard, som regeringens klimapartnerskaber ved Finans Danmark anbefaler i deres vejledning *Fælles metode til at opgøre CO₂-udledninger*⁴.

Kan virksomhederne selv lave klimaregnskabet?

Virksomheder kan anvende Klimakompasset til opgørelse af deres drivhusgasudledninger. Klimakompasset indeholder vigtige informationer som fx emissionsfaktorer for forskellige aktiviteter samt et beregningsark, hvor virksomheder kan indtaste informationer om deres virksomheds aktiviteter. Der kan indgå mange aktiviteter og beregninger i et klimaregnskab. Hos en SMV kan der indgå flere tusinde forskellige aktiviteter, som skal afspejles i regnskabet. Til sammenligning har C25-virksomheden Novo Nordisk over 60.000 underleverandører.⁵ Klimakompassets emissionsfaktorer opdateres og forfines en gang årligt. Emissionsfaktorer ændrer sig i takt med, at aktiviteter indeholder flere eller færre udledninger (typisk færre). Opdatering af emissionsfaktorer er en meget ressourcekrævende proces, og det er derfor en stor fordel for virksomheder, at det offentlige stiller data til rådighed for både dem og eventuelle rådgivere. Det anbefales derfor, at virksomheder tager udgangspunkt i Klimakompasset, når de skal lave klimaregnskaber.

Rådgivere har også adgang til klimakompassets dataværktøjer

Klima- og energirådgivere kan også opstille klimaregnskaber med udgangspunkt i Klimakompasset. Viegand Maagøe, der er rådgiver på Klimaklar SMV fortæller, at de ofte oplever kunder, der henvender sig til dem, når de skal have lavet et klimaregnskab. Viegand Maagøe oplever, at til trods for, at virksomheder selv kan lave klimaregnskabet, så har mange virksomheder fortsat behov for sparring og rådgivning, så de ikke blindt

³ Klimakompasset er en videreudvikling og erstatning for Excel-redskabet CO₂-beregneren.

⁴ [projektrapportering-faelles-c02-model.pdf \(finansdanmark.dk\)](#)

⁵ [Novo Nordisk: Nu skal 60.000 leverandører også bruge vedvarende energi | SCM.dk](#)

og uden videre omtanke opgør klimaregnskabet alene baseret på Klimakompassets emissionsdata. Det skyldes særligt, at det er nødvendigt med indsigt i og forståelse for, hvad der driver udledningerne, samt kendskab til metoden i Klimakompasset, når der skal udarbejdes et klimaregnskab. Det kan gøre regnskabet mere præcist og retvisende.

Viegand Maagøe fortæller, at når virksomheders klimaregnskab skal opgøres, er der behov for en forståelse af, hvad der driver aftrykket. Fx skal en virksomhed beslutte, om de skal lave deres regnskab baseret på fysiske enheder af deres forbrug eller monetære enheder over, hvor meget de har købt ind for. Denne afvejning kan resultere i store forskelle for aftrykket af de enkelte aktiviteter. I princippet vil de fysiske enheder altid være at foretrække, men informationerne vil ofte mangle, hvorfor mange ofte anvender de monetære enheder i stedet for. Eksemplet neden for illustrerer, hvor stor betydning denne forskel kan have.

EKSEMPEL 1: FORSTÅELSE FOR HVAD DER DRIVER UDLEDNINGERNE KAN HAVE BETYDNING FOR OM ET KLIMAAFTRYK ER RETVISENDE

Når drivhusgasopgørelsen udarbejdes, skal virksomheden tage stilling til, om der skal anvendes en monetær tilgang eller opgørelse efter fysiske enheder.

En virksomhed kan have en helt præcis viden om, hvor meget stål der er købt ind for. Hvis der alene ses på, hvor meget der er indkøbt stål for, er der risiko for en meget stor fejlkilde. Stål kan komme i mange forskellige former, og prisen afhænger i høj grad af, hvilket produkt der er tale om samt af svingninger i markedsprisen. Udledningen derimod afhænger af mængden og af forarbejdelsen snarere end af prisen. Det bevirker, at usikkerheden omkring udledningerne kan være en faktor 40, hvis der alene tages afsæt i den monetære tilgang, vurderer Viegand Maagøe.

Viegand Maagøe fortæller, at et groft skøn for ton stål ofte vil give et mere retvisende billede frem for et præcist tal for, hvor meget der er indkøbt stål for (stål i monetære enheder).

Eksemplet illustrerer vigtigheden af at inddrage viden om de faktiske forhold, når klimaaftrek af de enkelte aktiviteter skal udarbejdes og det samlede klimaregnskab opstilles. Ellers risikerer virksomhederne at handle på et forkert grundlag – både hvad angår kommunikation, evt. fastsættelse af klimamål samt igangsættelse af initiativer med klimaeffekt. Derfor er det relevant at få udarbejdet et så præcist klimaregnskab som muligt.

Fra klimaaftrek til fastsættelse af klimamål og kortlægning af reduktionspotentialer

Vejen til fastsættelse af et reduktionsmål på baggrund af et klimaregnskab, kan være følgende:

1. Klimaregnskab for et historisk år (fx 2019)

Som beskrevet oven for, er Klimakompasset meget anvendeligt til at kortlægge drivhusgasudledninger og udarbejde et "her og nu" klimaregnskab.

2. Fremskrivning af drivhusgasudledninger (fx 2030)

For at kunne lave en fremskrivning, (fx 2030) skal virksomheden vurdere dens forventede produktion frem i tid. Forventer virksomheden en vækstfremgang og forventer virksomheden at produktionssammensætningen ændrer sig? Hertil skal det vurderes, om emissionsfaktorerne udvikler sig

frem i tid. Det vil ofte være tilfældet, at de energirelaterede udledninger falder over tid, da Parisaftalen mv. understøtter reduktioner frem i tid i både Danmark og resten af verden. Klimakompasset stiller imidlertid ikke fremskrivningsdata til rådighed. Derfor kan det overvejes, om virksomheden selv har kompetencerne til at udarbejde en fremskrivning eller om den skal udarbejdes af en rådgiver, der har indsigt i fremskrivning af emissionsfaktorer mv.

3. Identifikation af mulige reduktionspotentialer

En klima- og energirådgiver vil kunne identificere reduktionspotentialer, estimere omkostninger og har kendskab til støtteordninger målrettet energieffektivisering og klimareducerende tiltag.

4. Fastsættelse af reduktionsmål og evt. tilslutning til SBTi

Virksomheder skal beslutte, om det har en værdi at fastsætte reduktionsmål. Konsulenter kan evt. hjælpe med at afklare, om f.eks. Science Based Target initiativet (SBTi) kan være relevant for virksomheden at tilslutte sig. SMV'ers adgang til SBTi uddybes i afsnit 3 neden for.

2. VIRKSOMHEDER KAN TAGE AFSÆT I ERFARINGER FRA KLIMAKLAR SMV

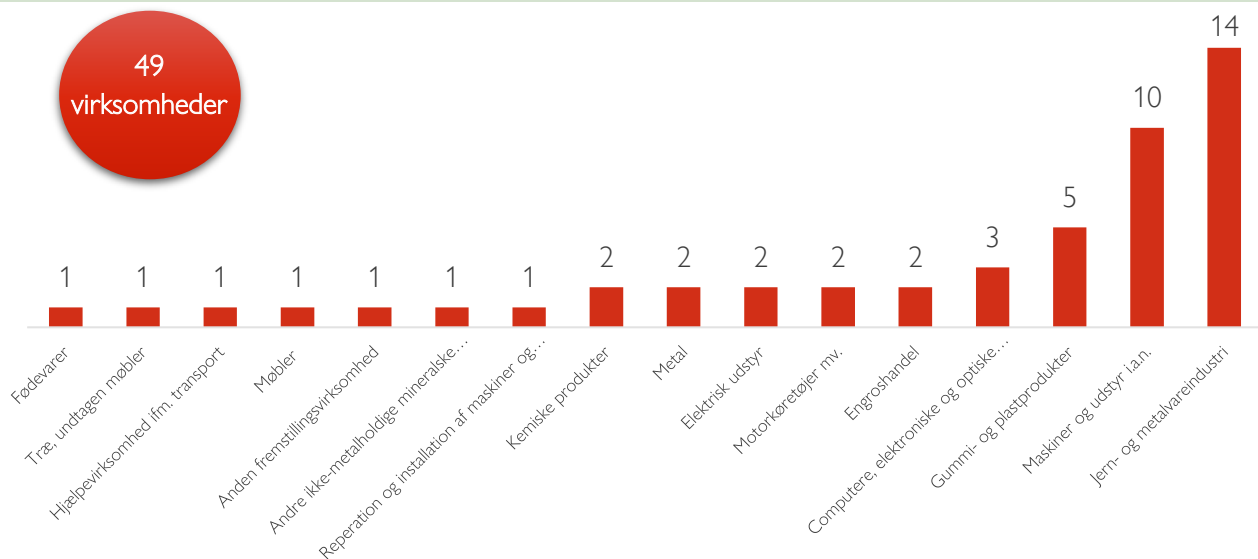
Med udgangspunkt i fremgangsmåden beskrevet i afsnit 1 ovenfor, har Viegand Maagøe set nærmere på de 50 virksomheder, som har medvirket i Klimaklar SMV⁶. Der er gennemført et dybdegående forløb af virksomhedernes udledninger, opgjort efter scope 1, 2 og 3 med udgangspunkt i Erhvervsstyrelsens CO₂-beregner⁷. Virksomhederne har endvidere fået opgjort en 2030-fremskrivning for virksomhedernes udledninger, og har fået udarbejdet reduktionsanbefalinger samt vurderinger af, hvad der skal til, for at kunne tilslutte sig SBTi. Herudover har Viegand Maagøe udarbejdet kommunikationsanbefalinger til virksomhederne, jf. bilag 1. Dette afsnit ser nærmere på, hvad der fylder i klimaaftrykkene hos de 49 af de 50 virksomheder⁸.

Virksomhedernes karakteristika

Virksomhedernes branchefordeling

De fleste af virksomhederne tilhører *jern- og metalvareindustrien* mens 10 af virksomhederne tilhører branchen *maskiner og andet*. De øvrige virksomheder fordeler sig på en lang række industrier, jf. figur 2.1.

FIGUR 2.1: ANTAL SMV'ER FORDELT PÅ FREMSTILLINGSBRANCHER



Kilde: CO₂-beregneren fra de respektive SMV'er samt egne beregninger. Anm.: Engroshandel er eksklusiv handel med motorkøretøjer og motorcykler.

⁶ Klimaklar SMV-projektet er afgrænset til de dele af virksomhederne, som er placeret i Danmark.

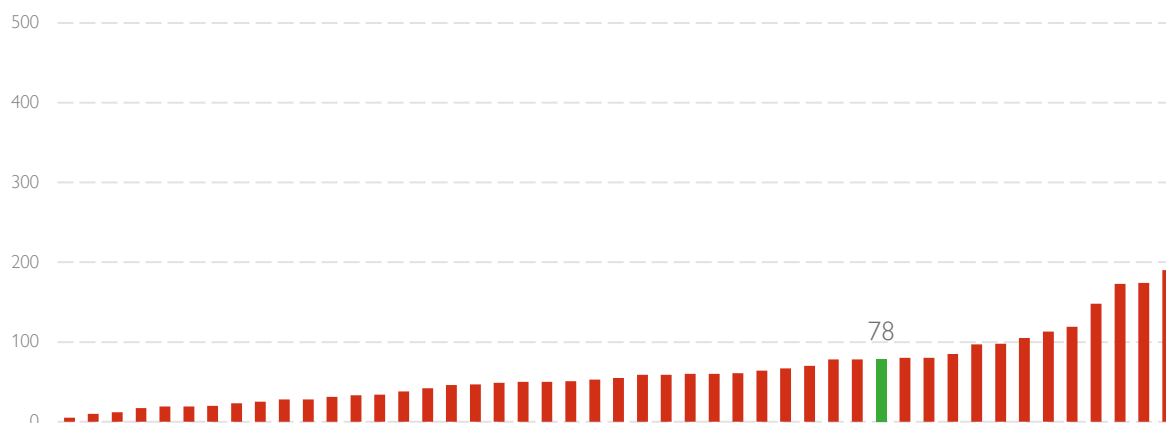
⁷ Klimakompasset er en videreudvikling af CO₂-beregneren.

⁸ Den ene af virksomhederne indgår ikke, da deres data er anonymiseret.

Fordeling af ansatte i virksomhederne

Der er store forskelligheder på de medvirkende virksomheder. Virksomhederne har mellem 5 og 500 ansatte i Danmark, heraf har to af virksomhederne markant flere medarbejdere end de øvrige. Virksomhederne har i gennemsnit 78 medarbejdere ansat i Danmark, jf. figur 2.2.

FIGUR 2.2: ANTAL ANSATTE I DANMARK I KLIMAKLAR SMV'ER

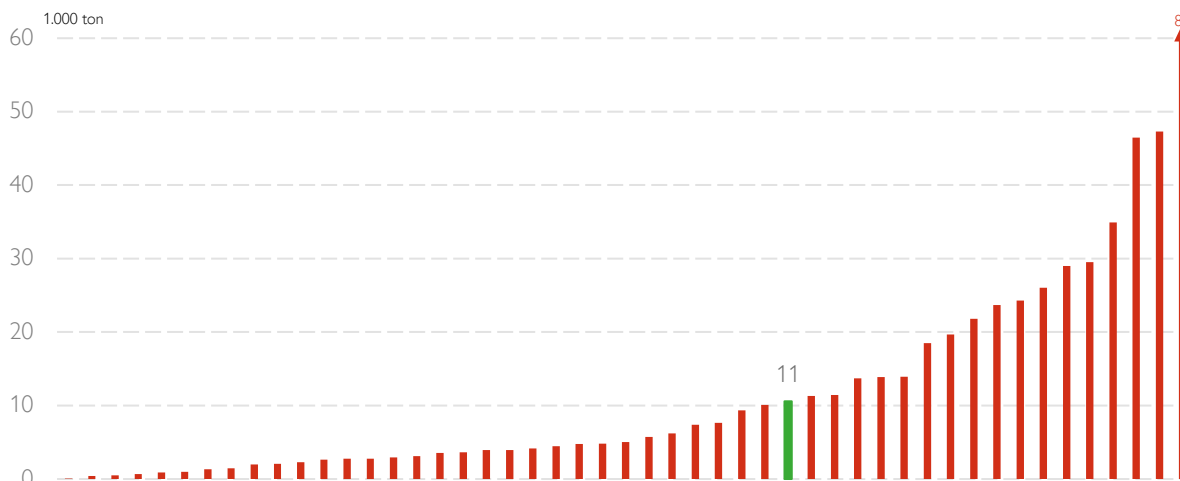


Kilde: CO₂-beregneren fra de respektive SMV'er samt egne beregninger.

Virksomhedernes samlede udledning (scope 1, 2 og 3)

Der er stor forskel på virksomhedernes samlede udledning. Udledningerne varierer mellem under 1.000 og 47.000 ton CO₂e pr. virksomhed, og udleder i gennemsnit 11.000 ton CO₂e pr. år, jf. figur 2.3. neden for. Udledninger for to af virksomhederne er markant højere end de øvrige virksomheders.

FIGUR 2.3: SMV'ERNES SAMLEDE UDLEDNING

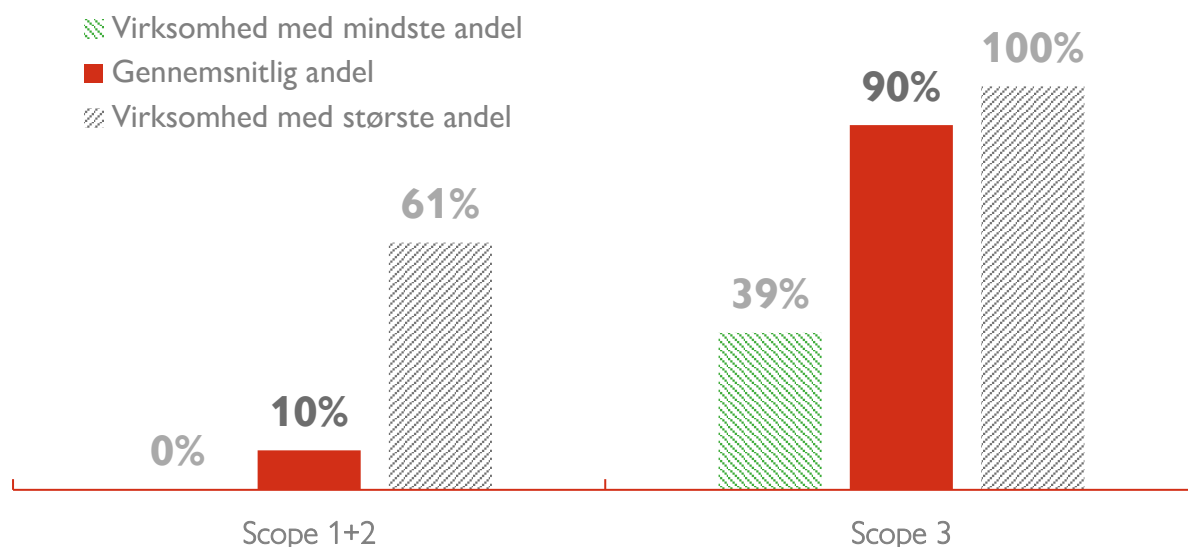


Kilde: CO₂-beregneren fra de respektive SMV'er samt egne beregninger. Anm.: To af virksomhedernes udledninger overstiger figurens y-akse.

90 pct. af Klimaklar SMV'erne udledning er scope 3

Langt størstedelen af udledningerne befinder sig under scope 3, der i snit udgør 90 pct. af de samlede udledninger, mens scope 1 og 2 samlet udgør omkring 10 pct. (se figur 3.4). Til sammenligning udgør C25-virksomhedernes scope 3 omkring 70 pct. Fordelingen af scope 1, 2 og 3 afhænger også af, hvilken virksomhed der er tale om, og hvad den producerer. Derfor er billedet mere nuanceret, når man ser på den enkelte virksomhed. For enkelte virksomheder udgør scope 1 hele 61 pct. For andre virksomheder er scope 2 den største kilde til udledning. For andre virksomheder igen udgør scope 3 hele 99 pct.

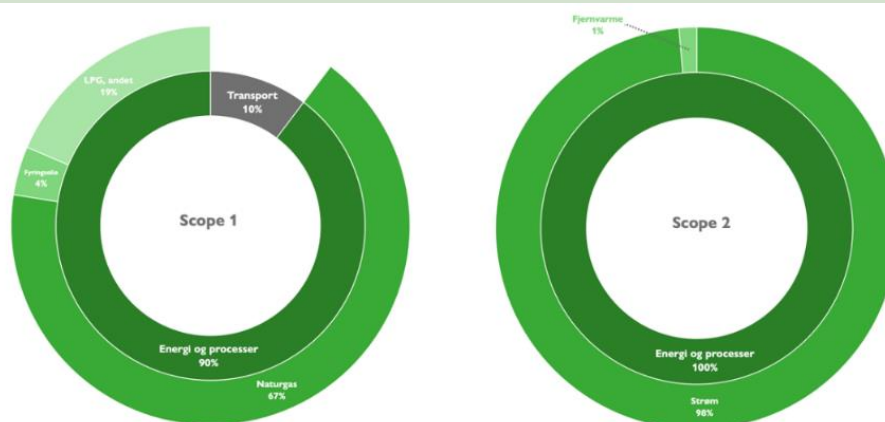
FIGUR 2.4.: GENNEMSNITLIG FORDELING AF SCOPE 1+2 OG 3-UDLEDNINGER FOR SMV'ERNE



Kilde: CO₂-beregneren fra de respektive SMV'er samt egne beregninger. Anm.: Figuren viser den gennemsnitlige andel af udledningerne fra scope 1+2 og 3 for SMV'erne. For to af virksomhederne udgør scope 1+2 ca. 60 pct., hvilket trækker gennemsnittet for scope 1+2 væsentligt op og scope 3 ned.

Scope 1 og 2 er hovedsageligt udledninger fra naturgas, el og fjernvarme samt intern transport. Scope 1 stammer hovedsageligt fra energi og proces, hvoraf naturgas udgør 67 pct. mens den interne transport udgør 10 pct. af scope 1. Scope 2 består alt overvejende af udledninger fra el, jf. figur 2.5 neden for.

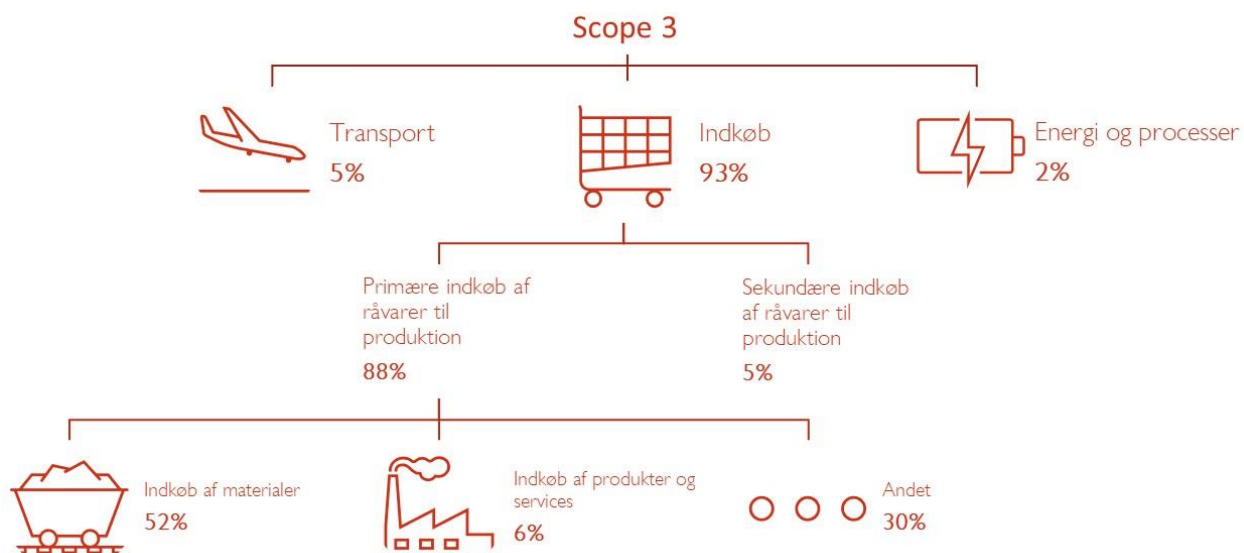
FIGUR 2.5: VIRKSOMHEDERNES SCOPE 1 OG 2 UDLEDNINGER



Kilde: CO₂-beregneren fra de respektive SMV'er samt egne beregninger.

Scope 3 består af udledninger fra mange forskellige kilder, men materialeindkøb fylder mest. I scope 3 stammer udledningerne hovedsageligt fra indkøb. Det er primært materialeindkøb til virksomhedernes produktion, der driver udledningerne, jf. figur 2.6 nedenfor.

FIGUR 2.6: SCOPE 3-UDLEDNINGER FORDELT PÅ UNDERKATEGORIER



Kilde: CO₂-beregneren fra de respektive SMV'er samt egne beregninger. Udledninger for solgte produkter er taget ud af scope 3 udledningerne, da tre virksomheder har meget høje udledninger fra solgte produkter. Det skyldes at udledninger fra solgte produkter kun er medtaget, hvis det solgte produkt, i løbet af dets levetid, forbruger energi.

Udledninger fordelt på scopes og underkategorier

Samlet set vil langt størstedelen af SMV'erne se det største reduktionspotentiale inden for deres scope 3-udledninger, mens målsætninger vedrørende scope 1 og 2 kan vise sig lettere at tilgå. Erfaring viser, at det netop er scope 3, der er sværest at kortlægge og endvidere reducere. National klimapolitik er et godt afsæt for nedbringelse af scope 1 og 2. Det skyldes, at udledninger fra scope 1 og 2 i stort omfang vil finde sted på dansk grund. National klimapolitik understøtter energieffektivisering og omstilling af energiforbruget fra fossilt til vedvarende energi i danske virksomheder (scope 1). Endvidere understøtter klimaloven, at der foretages reduktioner inden for både el- og fjernvarmesektoren frem mod 2030 (scope 2). Derimod vil det ofte være mere krævende og komplekst at få nedbragt scope 3, som typisk kommer fra virksomhedernes indkøb inkl. varetransport. Scope 3-udledningerne kan komme fra mange forskellige kilder i forskellige lande, alt efter hvad den pågældende virksomhed indkøber og producerer.

Klimaklar SMV står for under 2 pct. af SMV'ernes samlede scope 1 og 2-udledning

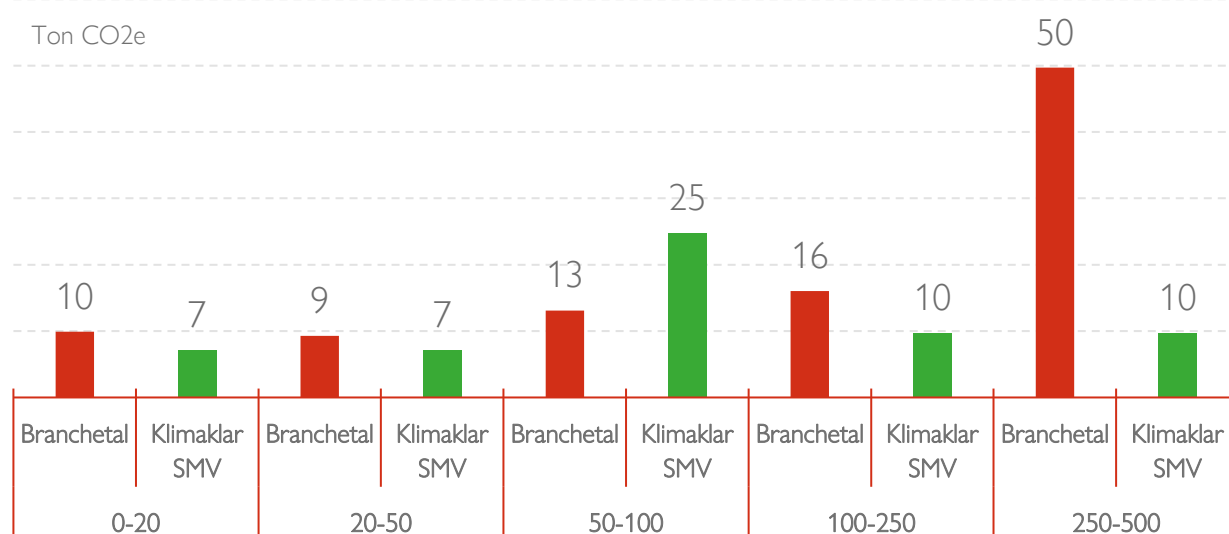
Axcelfuture har foretaget en sammenligning af tallene fra Klimaklar SMV med tal for fremstillingsindustrien, for at give en indikation af, om tallene fra Klimaklar SMV afspejler billedet af den samlede fremstillingsindustri for virksomheder med under 500 ansatte. Det er dog kun muligt at foretage sammenligningen for udledninger inden for scope 1 og 2, da det er de udledninger, som i branchetallene kan spores tilbage til de enkelte virksomheder. Den gennemsnitlige virksomhed i Klimaklar SMV har 78 ansatte og en samlet scope 1 og 2-udledning på 54.000 ton CO₂e.

Gennemsnitlig udledning pr. virksomhed

For den samlede branche tegner der sig et billede af, at virksomhedernes udledninger stiger i takt med størrelsen, således at de mindste virksomheder typisk har lavest udledning, mens de største virksomheder

har højest. Tallene fra Klimaklar SMV flugter bedst med branchetallene for de mindste virksomheder, jf. figur 3.7.

FIGUR 2.7: GENNEMSNITLIG UDLEDNING PR. ANSAT (SCOPE 1+2) FOR FREMSTILLINGSBRANCHEN SAMMENHOLDT MED KLIMAKLAR SMV

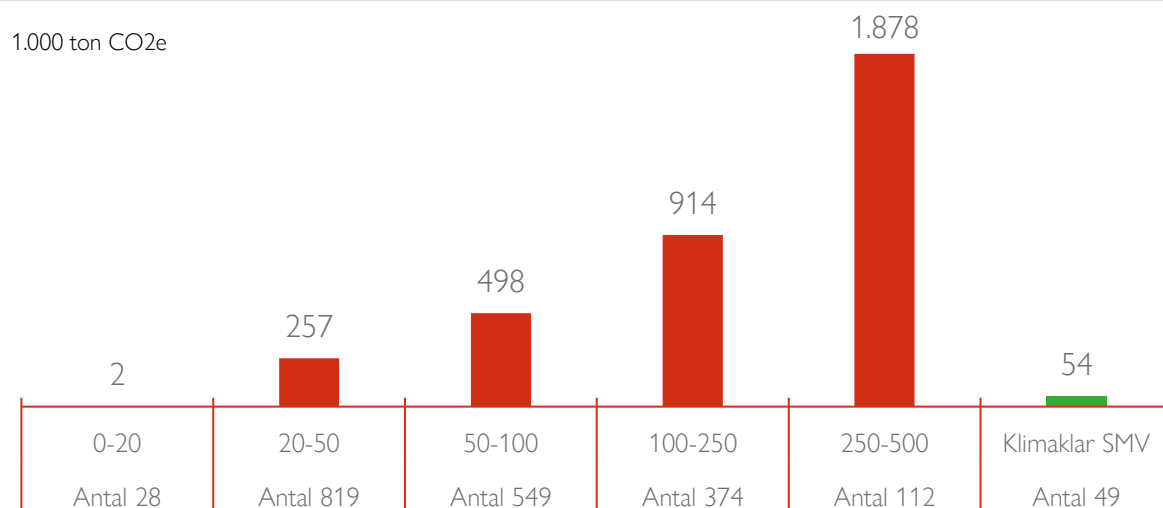


Kilde: CO₂-beregneren fra de respektive SMV'er samt egne beregninger samt Danmarks Statistik.

Samlet udledning fordelt efter størrelse

I sammenligning med alle små og mellemstore fremstillingsvirksomheder, så udleder virksomhederne i Klimaklar SMV under 2 pct. af de samlede scope 1 og 2-udledninger. Den samlede udledning kan opgøres til 3,5 mio. ton CO₂e, jf. figur 2.8 neden for.

FIGUR 2.8: UDLEDNING I ALT (SCOPE 1+2) FOR FREMSTILLINGSBRANCHERNE SAMMENHOLDT MED KLIMAKLAR SMV

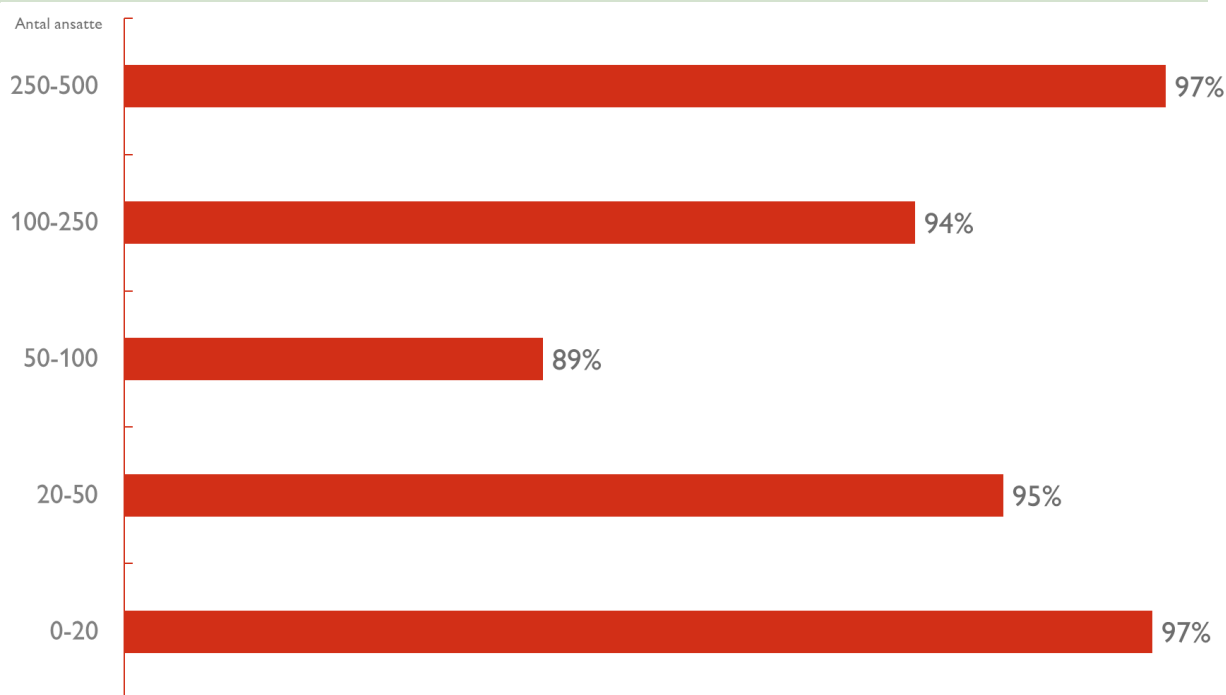


Kilde: CO₂-beregneren fra de respektive SMV'er samt egne beregninger samt Danmarks Statistik.

Scope 3 udgør mellem 89 og 97 pct. af virksomhedernes samlede udledning

Figur 2.4 oven for viste, at scope 3 i snit udgør 90 pct. af de samlede udledninger for virksomhederne i Klimaklar SMV. Ved at fordele data fra Klimaklar SMV ud efter samme virksomhedsgruppering som i figur 2.7 og 2.8, udgør scope 3 mellem 89 og 97 pct. af virksomhedernes samlede udledning, jf. figur 2.9.

FIGUR 2.9: SCOPE 3-ANDEL AF SAMLEDE UDLEDNINGER FOR VIRKSOMHEDER I KLIMAKLAR SMV FORDELT PÅ ANTAL ANSATTE



Kilde: CO₂-beregningen fra de respektive SMV'er samt egne beregninger samt Danmarks Statistik.

Indikativt skøn for fremstillingssektorens samlede scope 3-udledninger

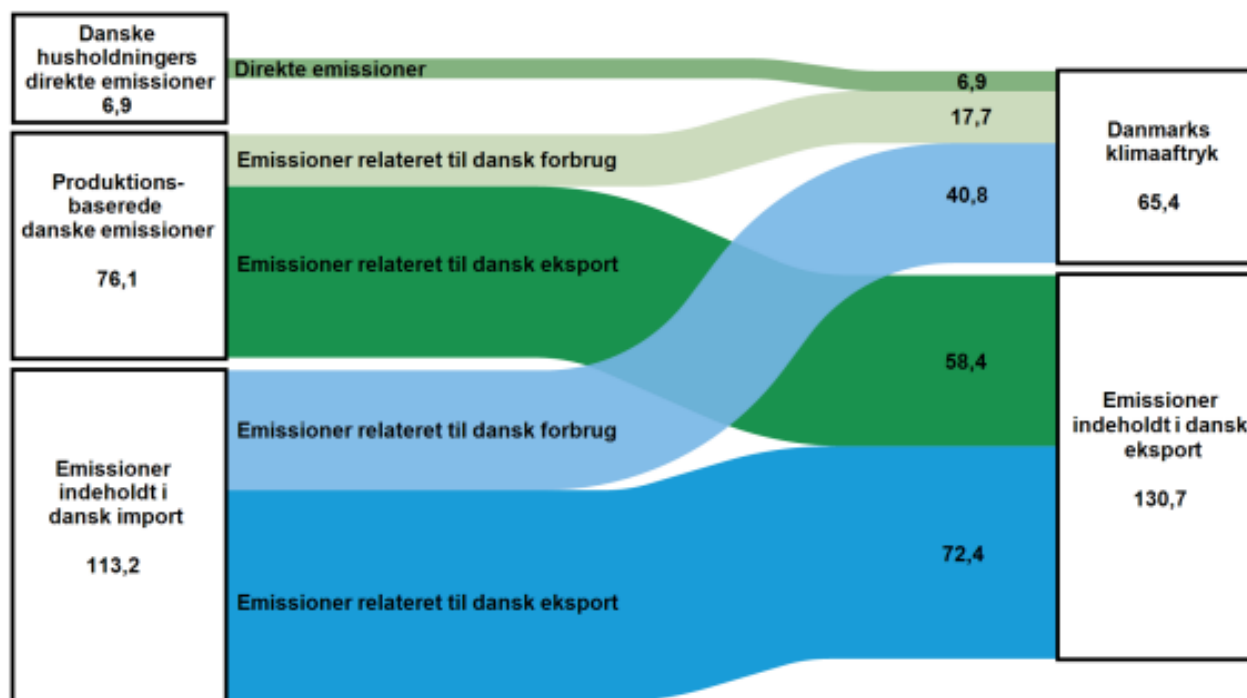
På baggrund af tallene til grund for sammenligningen af Klimaklar SMV-tallene samt branchetallene, er det muligt at give et *indikativt* bud på de samlede scope 1, 2 og 3-udledninger for fremstillingsvirksomhederne. Scope 1 og 2 for fremstillingsvirksomhederne kan samlet opgøres til 3,5 mio. ton CO₂e. Tallene fra Klimaklar SMV viste i figur 2.4, at scope 3 i gennemsnit udgør 90 pct. På den baggrund, kan der gives *indikativt* bud på, hvor meget alle fremstillingsvirksomhedernes scope 3-udledninger svarer til.

Med det udgangspunkt, kan scope 3 samlet set opgøres til 32 mio. ton CO₂e. Det er dog afgørende at forstå, at scope 1, 2 og 3-udledninger for én virksomhed, i nogle tilfælde medregnes som scope 3-udledninger hos en anden virksomhed. Det sker, når virksomheder indgår i hinandens værdikæder. Hertil skal man være opmærksom på, at scope 3 både indeholder effekter fra både indkøb og salg (upstream og downstream).

Det er muligt at give et skøn for omfanget af dobbeltregning ved at se på input-output-tabeller for industriektoren. Heraf fremgår det, at danske industrivirksomheders interne handel udgør 23 pct. af industriens økonomiske tilgang (ekskl. energi)⁹, hvorfor der må forventes at være dobbeltregning, i det omfang SMV'er handler med hinanden. Det fremgår endvidere, at 44 pct. af industriens økonomiske tilgang (ekskl. energi) skyldes import, mens køb fra andre danske brancher udgør 33 pct. Hvis det antages, at økonomisk aktivitet og udledninger er proportionale, er det muligt at give et nogenlunde skøn for, hvor høje SMV'ernes udledninger er samlet set, når der tages højde for scope 3. Af figur 2.11 fremgår det, at udledningerne (scope 1, 2 og 3) samlet set ligger på 35,5 mio. tons, men da det som nævnt ikke kan vurderes, hvor meget dobbeltregning der er ved køb fra andre danske SMV'er, så vurderes – forsigtigt – den samlede udledning fra scope 1, 2 og 3 til at udgøre i omegnen af 30 mio. tons CO₂e.

⁹ DST-tallene er fra input-outputtabellerne for 2018. Andelen er korrigerede for scope 1 og 2 – dvs energi.

FIGUR 2.12: SAMMENHÆNGEN MELLEM PRODUKTIONS- OG FORBRUGSBASEREDE EMISSIONER (UDLEDNINGER), MIO. TON CO₂E, 2020



Kilde: DST Analyse: Dansk forbrug sætter i høj grad sit klimaaftryk i udlandet, Danmarks Statistik (16. dec. 2021).

Uanset hvilken metode, der anvendes som bud på de samlede udledninger, så viser tallene, at danske virksomheder står over for en stor reduktionsopgave. Samtidig kan danske virksomheder også blive en del af løsningen – ved at gå forrest og ved at vise vej, ift. hvordan virksomheder i resten af verden kan gennemføre en målrettet reduktionsindsats på tværs af scopes og gennem værdikæder.

Det følgende afsnit ser nærmere på Klimaklar SMV'ernes forventede udledninger frem mod 2030, hvorefter virksomhedernes reduktionspotentialer oplystes. Afslutningsvis ses der nærmere virksomhedernes muligheder for at fastsætte reduktionsmålsætninger gennem Science Based Target initiativet (SBTi).

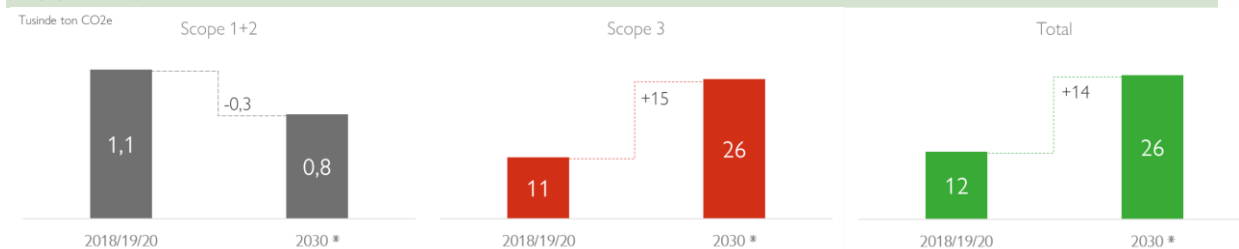
Uden en klimainsats vil udledningerne fra de 49 virksomheder være fordoblet i 2030

Der er på baggrund af virksomhedernes drivhusgasopgørelser udarbejdet en fremskrivning for hver af virksomhederne. Generelt er billedet, at SVM'ernes scope 3 stiger frem mod 2030 qua en forventet produktionstilvækst med afsæt i vækstraten. Desuden ser det ud til, at scope 1 også stiger grundet en tilvækst i transport- og energiforbrug. Scope 1 stiger for mange virksomheder grundet uundgåelige procesudledninger i forbindelse med produktion parallelt med virksomhedens vækstrate. For nogle gælder det dog, at scope 1 falder, hvis de formår at omlægge produktionen så eksempelvis opvarmning i produktionsfasen ikke sker vha. naturgas, men fra en grønnere opvarmningsløsning. Scope 2 reduceres som følge af grøn elproduktion og generel grøn omstilling af elnettet. Ikke substituerbart materialeforbrug for produktionsvirksomheder forventes at stige proportionalt med vækstraten, hvorfor scope 3 forventes at stige frem mod 2030. Selvom forbrug af el og fjernvarme forventeligt stiger for de fleste SMV'er, så bliver den forsynede energi så relativt mere grøn end i udgangspunktet, at scope 2 falder markant (omkring 80 pct. reduceret mængde CO₂ for mange SMV'er, for nogle helt op til 95 pct. i scope 2).

Samlet set medfører ovenstående, at scope 1 og 2 reduceres med 300 ton CO₂e. Til gengæld er der udsigt til, at scope 3 vil stige markant. Det forventes, at virksomhederne samlet vil øge scope 3 med 15.000 ton CO₂e. Det betyder, at der må forventes mere end en fordobling af udledningerne fra de virksomheder, der har medvirket i Klimaklar SMV, jf. figur 2.13 neden for.

Beregningerne er foretaget på baggrund af fremskrivningsdata for 43 af virksomhederne. 40 af dem forventes at have højere udledninger i 2030, mens kun tre af virksomhederne forventes at have lavere udledninger.

FIGUR 2.13: 2030-FREMSKRIVNING AF SMV'ERNES SAMLEDE UDLEDNINGER



Kilde: De respektive virksomheders klimareporter udarbejdet i samarbejde med Viegand Maagøe samt egne beregninger. Anm.: Figurene viser den gennemsnitlige udledning for 43 ud af de 50 deltagende virksomheder, idet de resterende syv virksomheder ikke har fremskrevet deres udledninger. Yderligere har de fleste virksomheder taget udgangspunkt i 2018, men der er seks virksomheder der har 2020 som baseline år, og 3 virksomheder, der har 2019 som baseline år.

Anbefalede reduktionstiltag

Viegand Maagøe har på baggrund af klimaaftryk og fremskrivninger for de medvirkende virksomheder rådgivet virksomhederne om, hvilke reduktionstiltag, de umiddelbart vil kunne foretage. Neden for opsummeres virksomhedernes anbefalede reduktionstiltag:

BOKS 1: OPSAMLING PÅ VIRKSOMHEDERNES ANBEFALEDE REDUKTIONSTILTAG

Scope 1 og 2

Varmepumper eller fjernvarme til rumvarme af kontorer mm. vil kunne reducere samlede scope 1 og 2 med afsæt i gradvis udfasning af naturgas og fyringsolie.

Virksomheder kan udskifte gamle vinduer i både lager og kontorarealer og udskifte belysning til LED.

Temperaturstyring i lager- og produktionshaller kan undersøges og ensrettes.

Hvis produktion kræver varme, så kan scope 1 reduceres ved at overgå til opvarmning med eget biomassefyr, hvorved naturgas og fyringsolie udfases.

Ved indkøb af nye og afvikling af ældre transportmidler vil elektrificering af person- og varebiler + trucks reducere scope 1 for virksomheder med mange køretøjer. En elbil købt i dag vil over dens levetid udlede halvt så meget som en fossilbil pr. kørt km.

Mange SMV'er anbefales at opsætte ladestandere for at fremme elbiler blandt medarbejdere og som ekstra service for kunder.

Fokus på grønt forsynet elektricitet for at reducere scope 2: PPA'er (Power Purchase Agreement) bør undersøges, for at sikre uafhængighed af øvrige markeds kræfter samt bidrage positivt til udviklingen af udbygningen af yderligere VE-kapacitet. PPA'er kan desuden være at foretrække, hvis der stilles store krav fra kunder eller forbrugermarkeder.

Scope 2 kan reduceres ved opstilling af egen VE-kapacitet som solceller eller små husmøller. Solceller er med tiden blevet meget omkostningseffektive. Muligheden bør dog opvejes overfor den generelle grønne omstilling af elnettet frem mod 2030.

Scope 3

Generel fokus på leverandører og udarbejdelse af et LCA-projekt, der skal kulegrave hele værdikæden for at høre om leverandørers fremtidige planer og aktiviteter på området.

Materialesubstitution: Scope 3 kan reduceres ved anvendelse af genanvendt stål, jern, træ, glas, plast, aluminium etc. Scope 3 udgør for mange virksomheder over 90% af de samlede udledninger, hvorfor omlægning af dette kan bidrage til væsentlige reduktioner i scope 3.

De fleste virksomheder anbefales generelt at genbesøge deres produktudvikling og produktdesign fra et LCA-perspektiv, hvorefter en generel erstatning af materialer med mere klimaeffektive materialer anbefales.

Fokus på medarbejdertransport og forplejning. Virksomheder kan desuden øge deres fokus på reduktion af rejser og så vidt muligt arrangere virtuelle møder frem for fysiske.

Danske SMV'er er ofte kvalificeret til SBTi fast track

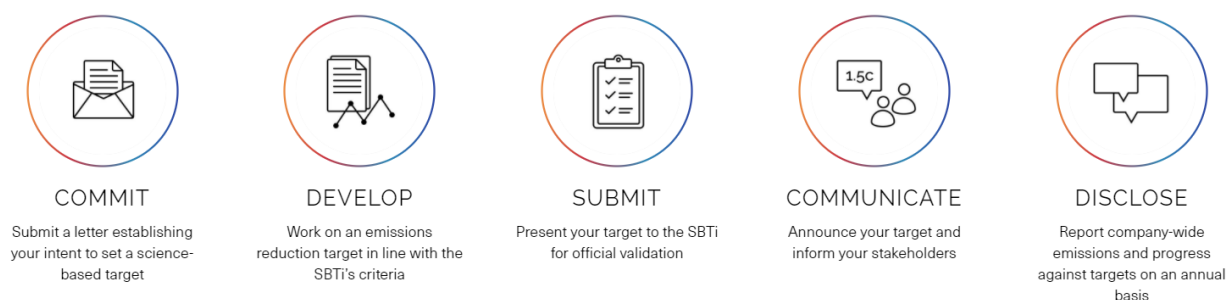
Science Based Target initiativet, ofte omtalt som SBTi, er et initiativ, hvorigennem virksomheder har mulighed for at sætte reduktionsforpligtelser i overensstemmelse med Parisaftalens temperaturmål, og med drivhusgasopgørelser der er lavet i overensstemmelse med GHG-protokollens scope 1, 2 og 3 tilgang.

SBTi er et certificeringssystem, hvor igennem virksomheder kan sætte og få certificeret deres reduktionsmålsætninger ift. drivhusgasudledninger. Målene anses for at være "science-based" hvis de sættes i overensstemmelse med, hvad nyeste forskning viser, vil være nødvendigt for at nå Parisaftalens målsætninger om at begrænse den globale opvarmning til godt under 2 grader over førindustrielt niveau, og stræbe efter 1,5 graders målsætningen.

SBTi lægger op til en 5-trins proces, hvor virksomheden i første omgang tilkendegiver, at de har intentioner om at sætte et SBTi-mål. Derefter fastsætter virksomheden et reduktionsmål i tråd med SBTi-kriterierne, hvorefter målet indsendes til SBTi for officiel validering. Derefter kan målet annonceres og kommunikeres for interessenter, og endelig skal der årligt rapporteres om udledninger og fremdrift mod målet. Processen er illustreret i figur 2.14 neden for.

FIGUR 2.14: STEP-BY-STEP PROCES VED TILSLUTNING TIL SBTi

A step-by-step process



Kilde: Science Based Target.

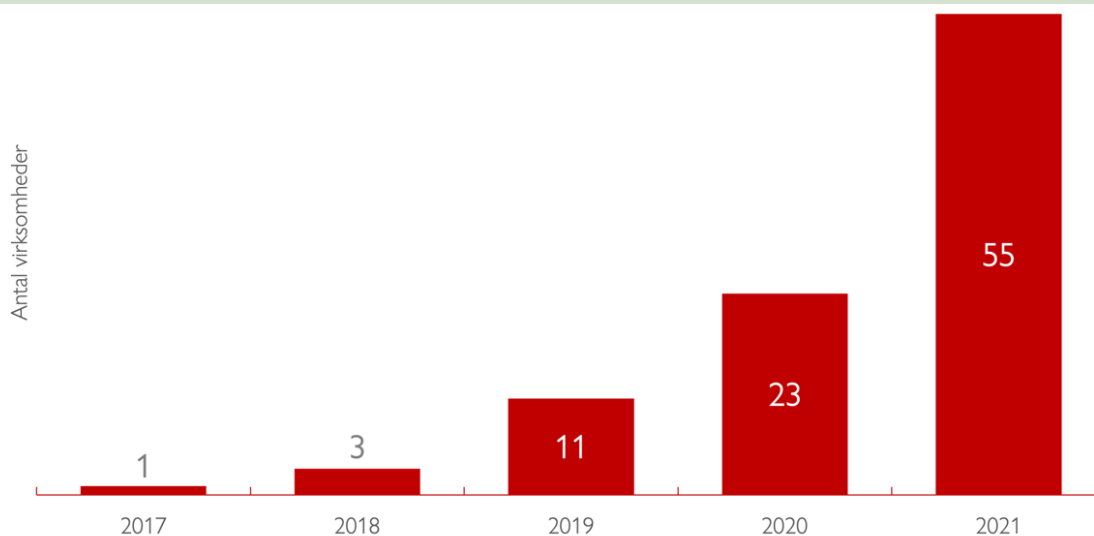
SMV'er rammes af nye klimakrav

I både Danmark og på et globalt plan er det en tendens, at virksomheder arbejder målrettet med nedbringelse af deres udledninger, og et stigende antal virksomheder tilslutter sig SBTi. Det øgede klimafokus hos de største virksomheder forplanter sig gennem værdikæden og stiller derigennem klimarelaterede krav til andre virksomheder. Virksomheder, der føder ind i SBTi-certificerede virksomheder, kan blive mødt med krav om overblik over egne udledninger, og evt. krav om at have tilsluttet sig SBTi. Det forventes, at klimakravene kun vil stige over de kommende år, jf. også afsnit 3 i del 2 om C25-virksomhedernes klimakrav til underleverandører.

Antallet af SBTi-virksomheder er steget kraftigt over de seneste år

Fra 2020 til 2021 er antallet af virksomheder der har tilsluttet sig SBTi på et globalt plan tredoblet, og der er nu i alt over 2.200 SBTi-virksomheder. Samme tendens ses i Danmark, hvor udviklingen faktisk er gået endnu hurtigere i løbet af det seneste år. I alt har 55 danske virksomheder nu tilsluttet sig SBTi, hvoraf de 24 af virksomhederne har sat reduktionsmål. Aktuelt tilhører 17 af virksomhederne C25, og tre af virksomhederne er finansielle institutioner. Udviklingen fremgår af figur 2.15 neden for.

FIGUR 2.15: DANSKE VIRKSOMHEDER DER HAR TILSLUTTET SIG SBTi



Kilde: Science Based Targets og Axcelfuture.

19 ud af 49 virksomheder kvalificerer sig direkte til SBTi fast track for SMV'er – godt hjulpet på vej af national klimapolitik

SBTi kan være en tidskrævende proces for virksomheder, og derfor ikke relevant for alle. Der er dog etableret et fast-track for SMV'er med færre end 500 ansatte¹¹, som kan tilslutte sig SBTi. Ved fast-track ordningen får SMV'er mulighed for at vælge imellem to målsætninger. De kan enten vælge mellem "godt under 2°C af opvarmning" eller "under 1.5°C". Hvor de ordinære SBTi scope 3-målsætninger kræver detaljeret dataindsamling og bearbejdning, sætter fast-track ordningen mindre stringente krav til scope 3. SMV'er skal stadig sætte scope 3-mål for at blive godkendt, men de er ikke forpligtet til at kvantificere scope 3-reduktioner.

Hvordan kan man sætte reduktionsmål og samtidig vokse?

Virksomheder der overvejer at tilslutte sig SBTi, skal også tage stilling til, om de vil fastsætte et såkaldt *absolut* reduktionsmål for scope 3, hvor virksomheden forpligter sig til at nedbringe udledningerne ift. et udledningsniveau i et historisk år eller om de skal fastsætte et *intensitetsmål* for scope 3, hvor reduktionsmålet fastsættes ift. virksomhedens forventede vækst. Hvis man sætter et *absolut reduktionsmål*, kan det blive sværere at vokse på top-linjen. For mange SMV'er, vil et intensitetsmål nok være den mest oplagte løsning.

Viegand Maagøe vurderer i Klimaklar SMV-projektet, at 19 ud af 49 virksomheder kvalificerer sig direkte til SBT med en absolut reduktion på 50 pct. i 2030 sammenlignet med 2018 uden nogle aktive reduktionstiltag. Mange af virksomhederne ser ud til at være meget tæt på at kunne kvalificere sig, hvis de aktivt implementerer nogle foreslåede reduktionstiltag. Trods umiddelbare gode muligheder for at fastsætte SBTi-målsætninger for flere af virksomhederne i Klimaklar SMV, har kun få indtil nu besluttet at gå i den retning. Aktuelt har fem SMV'er tilsluttet sig SBTi, hvoraf de tre af virksomhederne har tilsluttet sig i forbindelse med Klimaklar SMV-forløbet.

¹¹ Kilde: https://sciencebasedtargets.org/resources/legacy/2020/07/SME-Frequently-Asked-Questions_July-2020.pdf

Jysk Display, Elektro-Isola og FlowCon International har tilsluttet sig SBTi fast track som følge af Klimaklar SMV

Jysk Display

Jysk Display er en dansk messestand- og indretningsleverandør. Jysk Display beskæftiger 78 medarbejdere.

Det udarbejdede CO₂-regnskab viser, at scope 1 udgøres af udledninger fra naturgas og diesel, mens scope 2 udelukkende stammer fra elforbrug. Regnskabet viser endvidere, at 92 pct. af de samlede udledninger er scope 3, primært fra transport af messestande med skib og lastbiler, samt indkøb af træprodukter til messestande. Fremskrivningen for Jysk Display viser, at scope 1 og 2 forventes at falde som følge af en grønnere energiforsyning, mens scope 3 forventes at stige proportionalt med forventet tilvækst i omsætningen. Samlet forventes udledningerne at stige med 9 pct. frem mod 2030, trods fald i scope 1 og 2.

Med udgangspunkt i rådgivningen fra Viegand Maagøe har Jysk Display valgt at tilslutte sig SBTi fast track 50 pct. (1,5 °C), og har forpligtet sig til at nedbringe scope 1 og 2 med mindst 50 pct. Jysk Display har endvidere forpligtet sig til at måle og reducere scope 3. Jysk Display har tilsluttet sig SBTi vel vidende, at de skal arbejde målrettet på nedbringelse af scope 1 og 2. Viegand Maagøe vurderede ifm. projektet, at indfrielse af SBTi vil kræve en målrettet indsats ift. nedbringelse af scope 1 og 2, der inkluderer afvikling af gas og diesel samt gennemførelse af energioptimering.

Ifm. lanceringen af deres SBTi-målsætning skrev virksomheden bl.a., at de arbejder seriøst med bæredygtighed, og at de som den første messestand- og indretningsleverandør i Danmark har tilsluttet sig SBTi for at kvalitetssikre deres bæredygtighedsarbejde og tydeliggøre vejen mod klimaneutralitet.

"Vi er selv ambitiøse omkring bæredygtighed, og vi mærker at flere og flere af vores kunder efterspørger bæredygtige dokumenterbare løsninger. Det er dejligt at mærke at flere vil med på den rejse. På den måde bliver kunderne og vi endnu bedre sammen, og kan lære af hinandens indsigter. Vi har stor erfaring med bæredygtige løsninger og hos os er bæredygtighed en integreret del af de designløsninger, som vi leverer til vores kunder. Når vi designer indretningsløsninger og messestande for vores kunder, arbejder vi altid bevidst med bæredygtighed i alle aspekter af projektet f.eks. både konstruktionsmetoder, transport, cirkulære muligheder, produkt- og materialevalg." Uddyber Marie Munch Burski, Head of Design ved Jysk Display A/S^[1].

Elektro-Isola A/S

Elektro-Isola A/S er en dansk virksomhed, der fremstiller og forædler kompositmaterialer, der anvendes i vindmøller, hospitalsscannere og andre højteknologiske funktioner i et globalt samfund. Virksomheden har ca. 150 medarbejdere og har eksisteret siden 1921.

Det udarbejdede klimaregnskab viser, at scope 1 udgør hele 22 pct., scope 2 9 pct. og scope 3 står for 69 pct. Elektro-Isola adskiller sig fra mange af de øvrige virksomheder i Klimaklar, ved en relativ høj scope 1-andel. Scope 1 består næsten udelukkende af naturgas, scope 2 af el, mens scope 3 fordeler sig på forskellige materialer, hvoraf phenol udgør 21 pct., papir 16 pct., silicon 11 pct. og epoxy 10 pct.

Elektro-Isola A/S har valgt at tilslutte sig SBTi fast track 50 pct. (1,5 °C) velvidende, at de proaktivt skal finde reduktioner inden for deres el- og gasforbrug frem mod 2030, for at leve op til det fastsatte reduktionsmål på 50 pct. for scope 1 og 2. Viegand Maagøe vurderede ifm. projektet, at virksomheden bl.a. kan opnå reduktioner ved at udnytte overskudsvarme fra deres processer. For at være sikre på at komme

^[1] [\(6\) Jysk Display A/S tilslutter sig Science Based Targets | LinkedIn](#)

i mål med 50 pct. reduktion og mere til, står Elektro-Isola overfor en investering på et to-cifret millionbeløb i energioptimeringer over de kommende år.

I forbindelse med offentliggørelsen af deres SBTi tilslutning, skriver de følgende:

"At være bæredygtig er et valg, man tager. Et ansvar man vælger at tage. Gennem vores mere end 100 år med produktion og bearbejdning af kompositmaterialer har ansvar været et gennemgående nøglefokus. Ansvar for hinanden. Ansvar for medarbejderne. Ansvar for omgivelserne." Elektro-Isola A/S ifm. lancering af deres SBTi-tilslutning¹².

FlowCon International

FlowCon er en nichevirksomhed, der fremstiller ventiler til køle- og varmeregulering. Virksomheden har 30 ansatte i Danmark, og har også kontorer i Singapore, Kina, Dubai og USA.

Det samlede klimaregnskab for FlowCon viser, at scope 1 og 2 tilsammen udgør 1 pct. af udledningerne, mens scope 3 udgør 99 pct. Scope 1 består primært af naturgas og scope 2 udelukkende af elektricitet, mens scope 3 primært kommer fra indkøb af kobber som messinglegering og fra elektroniske- og gummikomponenter.

FlowCon forventer en stor tilvækst frem mod 2030, hvorfor også materialeforbruget forventes at stige mærkbart. Disse forudsætninger m.fl. ligger til grund for fremskrivningen af FlowCons udledninger. Det forventes på den baggrund, at FlowCons udledninger i 2030 vil stige med 189 pct. Heri er inkluderet, at scope 1 vil falde med 15 pct. og scope 2 med 73 pct. Det svarer til en samlet scope 1 og 2 nedgang på ca. 40 pct.

Som et modtræk har FlowCon allerede introduceret to produktoptimeringer, som hver især har reduceret materialeforbruget, og vil forbedre scope 3-udledningerne.

FlowCon har på linje med Jysk Display og Elektro-Isola A/S valgt at tilslutte sig SBTi. FlowCon har dog valgt at tilslutte sig en anden målsætning end de to andre virksomheder, der har tilsluttet sig SBTi. FlowCon har forpligtet sig til Science Based Target med en reduktion på minimum 30 pct. (WB2 ° C) i scope 1 og 2 (faktisk reduktion) og fortsat fokus på reduktion i scope 3 (relativ målsætning). FlowCon er klar over, at de inden for en kortere tidshorizont skal revidere deres SBTi forpligtelse, så den kommer i tråd med 1,5 graders målsætningen.

"Vi har valgt at lægge mest fokus på scope 3 fremfor at satse på en 50 pct. reduktion in scope 1 og 2, da langt den største emission hos os ligger i scope 3", udtaler FlowCon ifm. et Klimaklar SMV webinar.¹³

3. CASE: SÅDAN HAR MOUNTAIN TOP INDARBEJDET KLIMA I DERES FORRETNINGSPLAN

Mountain Top er international markedsleder indenfor udvikling og produktion af rullelag i aluminium og

¹² [Bæredygtig produktion | Elektro-Isola A/S](#)

¹³ [FlowCon International - Dansk Industri](#)

andet udstyr til pickup trucks. Mountain Top er kendt for deres høj kvalitetsprodukter og deres samarbejdspartnere og kunder er bilproducenter såsom Ford, Toyota, Nissan, Hyundai m.fl. Mountain Top har hovedkvarter i Danmark, hvor de beskæftiger 180 medarbejdere, derudover har de salgskontor og fabrik i Thailand (siden 2019) og i USA (siden 2020) samt salgskontor og R&D faciliteter i Australien (siden 2015). På globalt plan beskæftiger Mountain Top ca. 350 medarbejdere. I 2017 blev kapitalfonden Axcel hovedaktionær.

"Det har været godt at starte med et dansk fokus i Klimaklar SMV, for nu har vi kompetencerne til at forsætte arbejdet på gruppeniveau. I næste fase af projektet tager vi fat i Australien, Thailand og til sidst USA", siger HR-chef i Mountain Top Jeanette Hassel.

Sådan kom Mountain Top i gang med Klimaklar SMV

I starten af 2021 blev virksomheden udvalgt som en af de 50 virksomheder, der kunne deltage i rådgivningsforløbet Klimaklar SMV. Mountain Top havde høje klimaambitioner, men svært ved at få greb om, hvordan de skulle omfavne nedbringelsen af deres CO₂e-udledning og derved aktivt arbejde med det i deres forretningsplan.

I løbet af et intensivt forløb på kun 5-6 uger, hjalp konsulenter fra Viegand Maagøe med at få kortlagt den danske del af virksomhedens udledninger-i overensstemmelse med GHG-protokollen – dvs, efter scope 1, 2 og 3 fra produktion til salg. Derfor har projektet også involveret flere medarbejdere inden for forskellige områder. Mountain Top nedsatte en projektgruppe bestående af deres CEO, Produktionschef samt HR-chefen, der også er ansvarlig for virksomhedens arbejde med bæredygtighed, mens medarbejdere fra salg, indkøb, økonomi og produktionen blev inddraget ad hoc. Den største del af arbejdet har ligget i indkøb, fordi Mountain Top har haft fat i samtlige leverandører. Flere tusinde varenumre er gennemgået, hvilket har øget virksomhedens fokus på klima og bæredygtighed. Mountain Top og Viegand Maagøe har undervejs afholdt to workshops, hvor virksomhedens egne data blev tilpasset til Erhvervsstyrelsens CO₂-beregner.

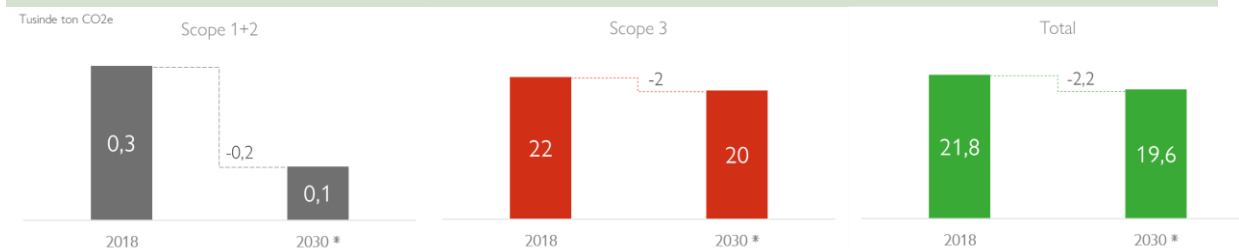
"Det har været afgørende for projekt Klimaklar SMV at det var forankret i topledelsen, da processen har været tidskrævende", siger HR-chef i Mountain Top Jeanette Hassel.

CO₂-regnskab og reduktionsmål – 99 pct. af udledningerne i Mountain Top er scope 3

Viegand Maagøe vurderer at Mountain Top udleder 22.000 tons CO₂ årligt, hvoraf scope 3 udgør 99 pct. Indkøb af aluminium tegner sig for 38 pct. heraf, plast og gummi for 23 pct. og metalkomponenter for 21 pct. Scope 1 består primært af naturgas, mens scope 2 er el.

Viegand Maagøe har fremskrevet Mountain Tops udledninger til 2030 for at kunne fastsætte et relevant klimareduktionsmål. Viegand Maagøe vurderer, at Mountain Top frem mod 2030 vil reducere udledningerne fra scope 1 og 2 med 65 pct. ift. 2018. Det skyldes, at naturgas frem mod 2030 vil indeholde en langt større andel af biogas og da elproduktionen i højere grad vil være baseret på vedvarende energi frem mod 2030. Samtidig forventes scope 3 udledningerne at falde med ca. 10 pct., da aluminiumsforbruget forventes reduceret med ca. 25 pct. som følge af en ændret sammensætning af et af Mountain Tops hovedprodukter rullelåg *Mountain Top Roll*, jf. figur 4.1 neden for.

FIGUR 3.1: FREMSKRIVNING AF UDLEDNINGER FOR MOUNTAIN TOP



Kilde: Klimarapport udarbejdet af Viegand Maagøe samt egne beregninger.

Hvad har Mountain Top fået ud af Klimaklar SMV

Med Klimaklar SMV har Mountain Top fået tal for, hvor store udledninger, der rent faktisk kommer fra deres aluminiumsforbrug, som er den klart største kilde til udledning.

Mountain Top Roll – nu med lavere klimaaftryk

Mountain Top Roll bestod tidligere af meget mere aluminium. Virksomheden har siden 2018, for hvilket år drivhusgasopgørelsen blev udarbejdet, udviklet og lanceret nye og mere bæredygtige produkter, der indeholder halvt så meget aluminium, og silikoneforbruget er også reduceret. Det har ført til et fald i udledningerne pr. rullelåg for to af virksomhedens nye produkter.

Justeret affaldshåndtering med klimagevinst og positiv effekt på bundlinjen

Virksomhedens øgede klima- og bæredygtighedsfokus har også ført til, at Mountain Top har ændret på deres affaldshåndtering af aluminium. Der er indgået aftale med Stena Recycling i Roskilde, der kan sortere affaldet bedre, end den hidtidige samarbejdspartner i Holland. Transportarbejdet er reduceret og restprodukterne kan genbruges. Mountain Top er gået fra at have 6 forskellige affaldscontainere til nu kun at have én til alt deres aluminiumsaffald, og udledningerne fra transport af aluminiumsrestaffald er derfor nu også 30 gange lavere.

Mountain Top har fået nyt fokus som følge af Klimaklar SMV, men er nu i overvejelser om, hvor meget klimaskruen skal strammes

Samlet set har Mountain Top oplevet, at deres klimafokus har været anvendelig som argument for nye og bedre løsninger, der endda har været gode for bundlinjen.

Mountain Top overvejer nu om de skal tilslutte sig Science Based Target initiativet (SBTi), for dermed at styrke deres klimafokus. Som SMV kan virksomheden nøjes med at forholde sig til scope 1 og 2 ift. tilslutning til SBTi, men forpligter sig til en 50 pct. reduktion i udledningerne i 2030 for hele koncernen, sammenlignet med 2018. Viegand Maagøe har vurderet, at Mountain Top for deres danske aktiviteter vil være kvalificeret til SBTi, da deres scope 1+2-udledninger i 2030 vil være reduceret med 65 pct. ift. 2018. Reduktionerne sker primært som følge af en grønnere energiforsyning. Da beregningerne gennem Klimaklar SMV kun vedrører den del af virksomheden som er placeret i Danmark, vil Mountain Top i første omgang fortsætte deres fokus på klima og kortlægning af deres udledninger. Næste skridt er derfor at få kortlagt 2021-udledningerne for hele virksomheden – også for de produktions- og salgsheder, som ligger uden for Danmarks grænser. Den proces forventes at ske i 2022, og er en direkte fortsættelse af Klimaklar SMV.

Mountain Top forventer at et af de stærkeste konkurrenceparametre på markedet vil være at kunne levere produkter med lave klimaaftryk. Bilproducenterne, som Mountain Top primært afsætter til, skal også

forholde sig til klimapåvirkning – fx for at leve op til en stigende grøn efterspørgsel, investorers forventninger samt de samfundsmæssige rammer omkring en grønnere persontransport. Aktuelt er bilindustriens helt store klimafaktor dog nok i højere grad, hvor hurtigt producenterne formår at omstille bilernes drivmidler fra fossile brændsler til vedvarende energiformer som fx el. Det skyldes, at fossilt brændstofforbrug set over en hel livscyklus har et langt større klimamæssigt gennemslag end selve bilproduktionen.¹⁴ Mountain Top oplever, at klimaarbejdet også har haft en positiv effekt på bundlinjen.

"Vores klimafokus har vist sig også at have en positiv økonomisk værdi, idet vi har fundet nye løsninger, som både er bedre for miljøet og for bundlinjen", siger HR-chef i Mountain Top Jeanette Hassel.

Efter Klimaklar SMV har Mountain Top fået en bredere forståelse for deres produkters klimapåvirkning. Den viden er nu implementeret i både business cases og forretningsmodel. Fx er Mountain Top gået i dialog med deres aluminiumleverandører om, hvordan de kan reducere klimaaftrykket yderligere, og har også klimapåvirkning og bæredygtighed som fast punkt på dagsordenen, når de taler med leverandører. Fremover vil Mountain Top beregne, hvordan udledningerne pr. produkt kan reduceres yderligere.

¹⁴ Kilde: [CO2-emissioner fra biler: fakta og tal \(infografik\) | Nyheder | Europa-Parlamentet](#)



DEL 2: KLIMARAPPORTERING GØR VIRKSOMHEDER MERE ATTRAKTIVE FOR KUNDER OG INVESTORER

1. KLIMARAPPORTERING ER ET FUNDAMENT FOR RETVISENDE KLIMAKOMMUNIKATION

Med den danske klimalov og 70 pct.-målsætningen har Danmark sat fokus på, at drivhusgasudledningerne skal nedbringes mærkbart på dansk grund. Det skal de for at nå Parisaftalens temperaturmål, og holde klimaforandringerne nogenlunde i skak. Det markante fokus på den grønne omstilling har spredt sig til hele samfundet inklusive toppen af dansk erhvervsliv og den finansielle sektor. Samme udvikling sker i resten af verden.

Klima er blevet en forretningspræmis, og det ses ofte, at virksomheders kommunikation vinkles i en grøn retning. Virksomheder skal imidlertid være opmærksomme på at holde sig på den rigtige side af markedsføringsloven, så de undgår vildledende markedsføring.

Ombudsmanden gør i en ny guide om grøn markedsføring opmærksom på, at "*markedsføring ikke må være vildledende, og at faktiske oplysninger skal kunne dokumenteres*"¹⁵. For virksomheder, der anvender klimafokus i deres markedsføring, er det vigtigt, at deres kommunikation læner sig op ad et solidt datagrundlag. Det gør klimarapportering relevant for virksomheder, der vil anvende en grøn vinkel i deres markedsføring.

Kommunikationsanbefalinger

Gennem Klimaklar SMV er virksomhederne blevet rådgivet til, hvordan de fokuserer deres virksomhedskommunikation. Viegand Maagøe har udviklet kommunikationsmodellen DIVE, som de 50 virksomheder i Klimaklar SMV anbefales at tage udgangspunkt. Anbefalingerne fremgår af bilag 1.

Virksomhederne i Klimaklar SMV anbefales først og fremmest at lade deres klimakommunikation være datadrevet, så kommunikationen tager udgangspunkt i deres klimaregnskaber, klimamål og reduktionsplaner.

Virksomhederne anbefales endvidere:

- At lade kommunikationen handle mere om proces og mindre om resultat.
- At være forsigtige med brugen af ord som "CO₂-neutral" og "bæredygtig".
- At bryde kommunikationen om reduktionsplanerne op i mindre bidder.
- At kommunikere om konkrete indsatser for at nedbringe udledningerne.
- At kommunikere om, hvad der foregår bag kulissen, herunder kommunikere om optimerede processer, nye maskiner, dialog med leverandører mm.

¹⁵ Kilde: [Rapport \(forbrugerombudsmanden.dk\)](#)

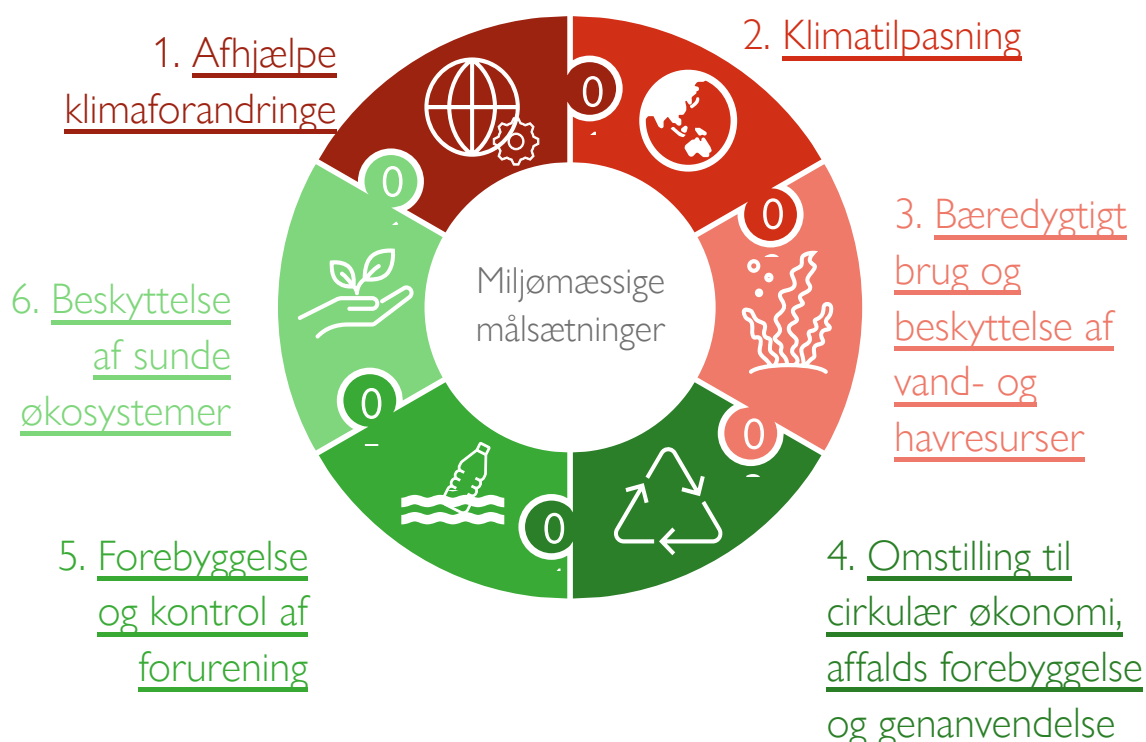
2. NYE RAMMER FOR FINANSSEKTOREN - KLIMARAPPORTERING KAN GIVE HØJERE VÆRDISÆTNING OG BILLIGERE FINANSIERING

Inden for de seneste år er finanssektoren blevet en central spiller i den grønne omstilling. På COP26 gik finanssektoren i front med høje ambitioner og tilkendegivelser om målrettet klimafinansiering, og senest har EU sat klima og bæredygtighed øverst på finanssektorens dagsorden med ny ESG-lovgivning og dertilhørende taksonomi over investeringers bæredygtighed. Aktuelt diskuteres det heftigt, om atomkraft og naturgas skal defineres som grønt eller ej. Afgørelser, der kan have store beslutninger for rentabiliteten i kommende energiprojekter, og afgørelser der får betydning for virksomheder inden for energiteknologi. Også andre internationale rammer og politik har klimamæssig betydning for både investorer og for virksomheders adgang til finansiering. Små- og mellemstore virksomheder oplever i stigende grad at blive mødt af klimakrav, som også kan komme fra investorer og ved aktiviteter med banker mv. Nedenfor gennemgås i hovedtræk nogle af de nye rammer, som danske SMV'er skal være opmærksomme på, da de vil blive påvirket af dem fremover – enten direkte eller indirekte.

EU's taksonomi for bæredygtige investeringer

EU's taksonomi til fremme af bæredygtige investeringer er et klassifikationssystem, der skal virke inden for finanssektoren i EU. Taksonomien er en udmøntning af EU's ESG-lovgivning, og skal gøre det mere enkelt og gennemsigtigt at identificere bæredygtige investeringer og finansielle produkter. For at kunne klassificeres som bæredygtig, skal en økonomisk aktivitet bidrage væsentligt til mindst ét af seks miljømål, herunder *modvirkning af* eller *tilpasning til* klimaforandringer - uden at skade andre miljømål, jf. figur 2.1. Taksonomien omfatter økonomiske aktiviteter inden for mange sektorer som energi, industriproduktion, transport og bygninger. For bæredygtige finansielle produkter skal der fremover offentliggøres information om, i hvilket omfang de enkelte produkter lever op til kriterierne i taksonomien. Herudover skal de største virksomheder i fremtiden rapportere om, hvordan og i hvilket omfang deres aktiviteter kvalificeres som miljømæssigt bæredygtige. Taksonomien skal både komme investorer og borgere til gavn. Samtidig skal taksonomien fremme finansiering af bæredygtige produkter. Taksonomien vil ikke få direkte betydning for familieejede virksomheder, men familieejede virksomheder kan blive påvirket af, at fx banker er omfattede af taksonomien.

FIGUR 2.1: DE 6 MILJØMÅL I EU'S TAKSONOMI



Kilde: EU taxonomy for sustainable activities, European Commission, Axcelfuture illustration.

Investorer og virksomheder skal forholde sig til risiko påvirkning af klimaforandringer

Investorer og virksomheder skal i stigende omfang også forholde sig til risikoen for, at de kan blive fysisk påvirkede af klimaforandringer – enten direkte eller gennem deres forsyningskæder. Aktuelt opleves det, hvordan den globale verdenshandel er blevet direkte påvirket af Covid19-pandemien, men en lignende påvirkning – nok i mindre skala – vil kunne forårsages af klimaforandringer. Den fysiske risiko vurderes størst, når der ses på importerede leverancer, da klimaforandringerne forventes at ramme hårdest i andre dele af verden. Det er en risiko, som vil få større betydning frem i tid, men allerede sidste sommer oplevede Europa konsekvenserne af klimaforandringer, da enorme vandmængder på kort tid raserede store områder i Tyskland.

Banker, finansieringsinstitutter og forsikringsselskaber vil også lave klimarapportering

Finans Danmark har udarbejdet en vejledning til deres medlemmer om, hvordan de kan opgøre klimaaftryk af udlån og investeringer. Det inkluderer fx også en banks udledninger forbundet med udlån til transportmidler, bygninger og virksomheder. Dermed er første skridt taget mod, at de finansielle virksomheder kan begynde at stille krav til reduktioner gennem deres udlån eller tilpasse låneomkostninger ift. om deres kunder medvirker til at nedbringe udledninger eller ej.

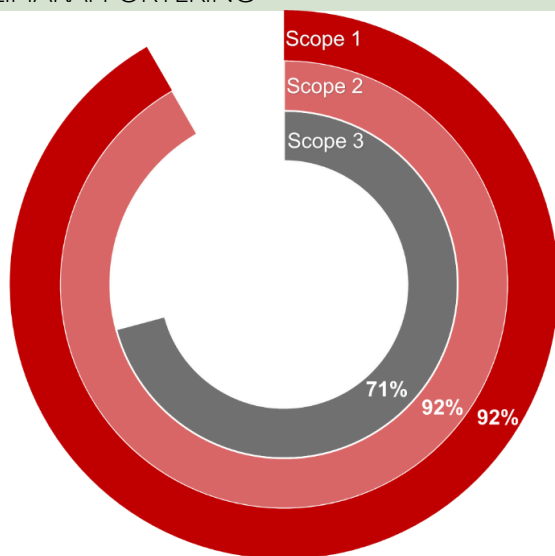
3. C25-VIRKSOMHEDER SÆTTER KLIMAMÅL SOM OGSÅ OMFATTER LEVERANDØRKÆDERNE

De fleste danske C25-virksomheder har over en årrække rapporteret, forbedret og udvidet deres klimarapportering. I dag opgør langt de fleste C25 virksomheder klimaafttrykket fra både direkte og indirekte kilder. De fleste af virksomhederne tager udgangspunkt i GHG-protokollen og scope 1, 2 og 3. Enkelte virksomheder anvender andre opgørelsesprincipper.

71 pct. af C25-virksomhederne laver klimarapportering for alle scopes (1, 2 og 3)

En gennemgang af C25 virksomhedernes klimarapportering viser, at langt hovedparten af C25-virksomhederne opgør deres scope 1 og 2-udledninger, mens det stadig halter med opgørelse af scope 3-udledningerne. 92 pct. af C25-virksomhederne opgør scope 1 og 2, og 71 pct. af virksomhederne opgør også scope 3, jf. figur 3.1.

FIGUR 3.1: C25 VIRKSOMHEDERNES KLIMARAPPORTERING



Note: Andel af C25-virksomhederne, der opgør hhv. scope 1, 2 og 3-udledninger.

Kilde: [Carbon Disclosure Project \(CDP\)](#), samt de respektive virksomheders CSR og Årsrapporter.

Gennemgangen af C25-virksomhedernes klimarapportering viser også, at det er scope 3, som udgør størstedelen af udledningerne. I snit udgør scope 1+2 33 pct. mens scope 3 udgør 68 pct. Frem mod 2030 vil andelen af scope 3 fylde mere af det samlede klimaafttryk, og forventes i 2030 at udgøre omkring 75 pct., jf. figur 3.4.

En detaljeret forståelse for de respektive virksomheders klimaafttryk er en forudsætning for, at virksomhederne kan sætte effektive klimastrategier, og dermed implementere målsætninger for netop de områder, hvor udledningerne er størst. Indtil for nyligt har fokus for de fleste virksomheder verden over været på udledninger fra egen drift (scope 1+2). Denne tendens er dog i stigende grad ved at blive ændret, idet virksomheder anerkender betydningen af at inkludere udledningerne fra hele værdikæden for udførligt at tage højde

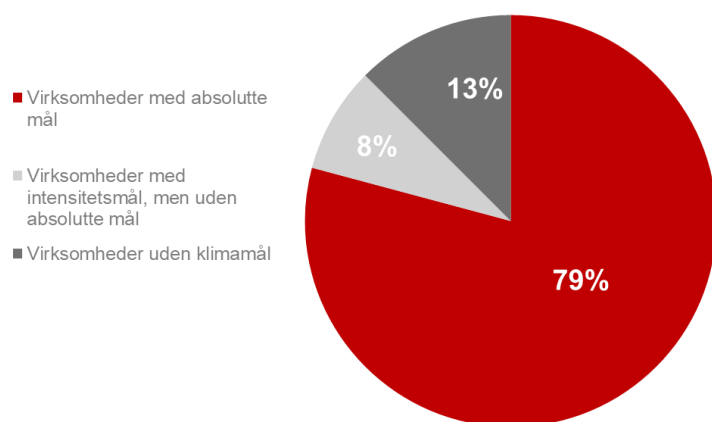
for klimarelaterede risici og muligheder¹⁶.

¹⁶ [Corporate-Value-Chain-Accounting-Reporting-Standard_041613_2.pdf \(ghgprotocol.org\)](#)

11 C25-virksomheder har SBTi godkendte målsætninger

C25-virksomhederne er godt på vej med at sætte målsætninger for at reducere deres udledninger.

FIGUR 3.2: C25 VIRKSOMHEDERNES KLIMAMÅLSÆTNINGER



Kilde: [Carbon Disclosure Project \(CDP\)](#), [Science Based Targets Initiative](#), samt de respektive virksomheders CSR og Årsrapporter.

absolutte mål, 8 pct. af C25 virksomhederne fastsætter intensitetsmål og 13 pct. af C25 virksomhederne har ikke fastsat klimamål, jf. figur 3.2.

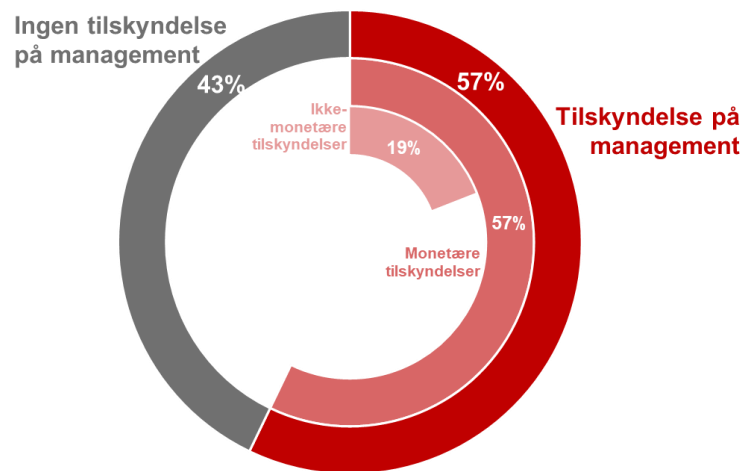
Nogle virksomheder går skridtet længere, og sætter SBTi-godkendte målsætninger. 11 ud af de 24¹⁷ virksomheder har fået deres målsætninger SBTi-godkendt, og yderligere seks af virksomhederne arbejder sammen med SBTi om at få deres målsætninger godkendt. Samlet set tegner det til, at store virksomheder i stadig stigende omfang sætter ambitiøse og videnskabeligt forankrede klimamålsætninger.

57 pct. af virksomhederne sætter økonomiske tilskyndelser til ledelsen for indfrielse af klimamål

Ét er dog at sætte klimamål, et andet er at rent faktisk få de satte klimamål implementeret. Her spiller klimarelaterede tilskyndelser til ledelsen en vigtig rolle. Godt halvdelen af de virksomheder, der har sat klimamål, har også implementeret klimarelaterede tilskyndelser på management. Disse indebærer typisk kort- og langsigtede komponenter, hvor management modtager monetære og ikke-monetære belønninger baseret på (blandt andet) ESG-performance, jf. figur 3.3

¹⁷ Der er 24 virksomheder i C25-indekset, da A.P. Møller-Mærsk tæller med to gange pga. A- og B-aktier

FIGUR 3.3: C25 VIRKSOMHEDER MED KLIMA-RELATERET TILSKYNDELSE PÅ MANAGEMENT



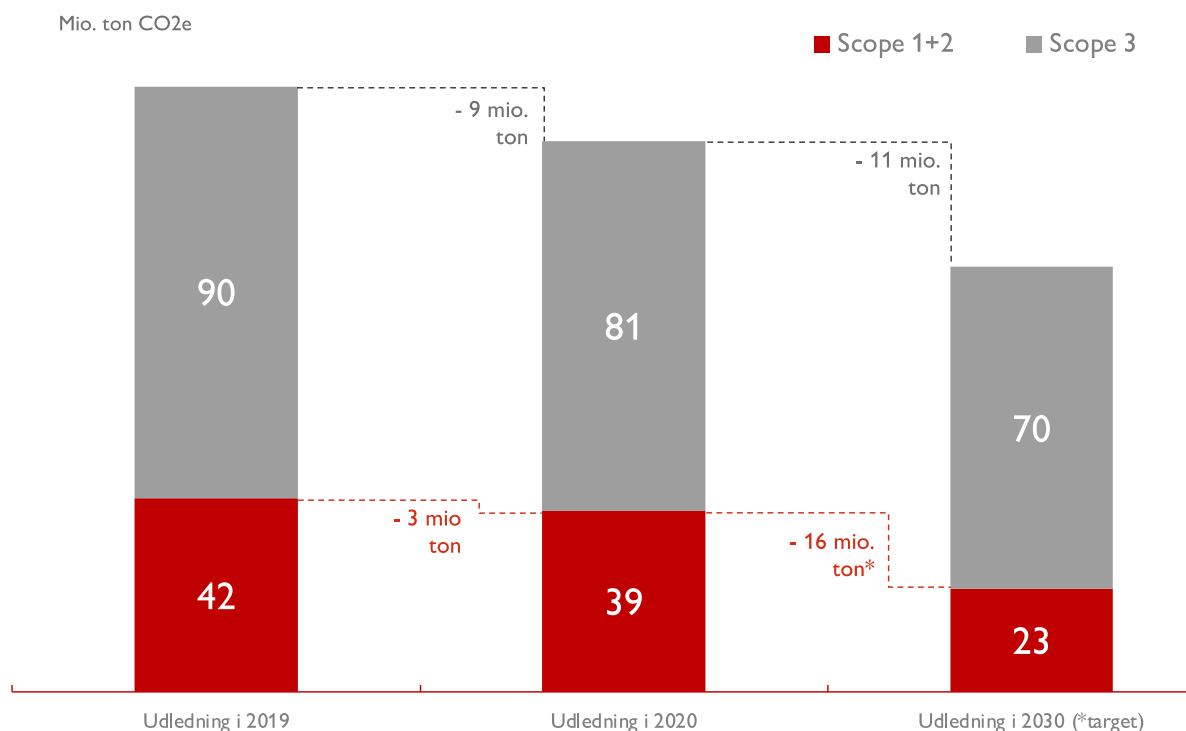
Kilde: [Carbon Disclosure Project \(CDP\)](#) samt de respektive virksomheders CSR og Årsrapporter. Anm.: Figuren angiver andelen af virksomheder med klimamål-sætninger, der har klimarelaterede tilskyndelser på management.

C25-virksomheders klimaambitioner trækker andre virksomheder i en grøn retning

For langt de fleste virksomheder udgør scope 3 hovedparten af udledningerne. Det gælder også for C25. C25-virksomhedernes scope 3 udgør i gennemsnit 68 pct. i 2020. En gennemgang af C25-virksomhedernes klimamålsætninger viser, at deres klimabelastning inkl. scope 3 forventes at falde med samlet set 27 mio. ton CO₂e fra 2020 til 2030, jf. figur 3.4.

C25-virksomhederne forventer et relativt stort fald i scope 1+2, med et fald fra 2020 til 2030 på 16 mio. ton CO₂, svarende til et fald på 41 pct. i 2030 ift. 2020. Faldet i scope 1 og 2 kommer typisk ved en reduktion i energiinput i produktionen. Det kan fx være gennem et grønnere el- og gasforbrug, men kan også komme gennem udskiftning af virksomhedens transportmidler til grønnere alternativer. C25-virksomhederne forventer også et stort fald i scope 3, med et fald fra 2020 til 2030 på 11 mio. ton CO₂e. Det svarer til et fald på 14 pct. i 2030 ift. 2020. Scope 3 består i udgangspunktet af de udledninger, som er forbundet med vare- og tjenestekøb inkl. transportydelser. Derved må en forventet lavere scope 3 nødvendigvis komme gennem lavere udledninger i C25-virksomhedernes værdikæder. Dermed skal underleverandører til C25-virksomhederne samlet set levere reduktioner svarende til 11 mio. ton CO₂e i 2030.

FIGUR 3.4: C25 VIRKSOMHEDERNES KLIMABELASTNING

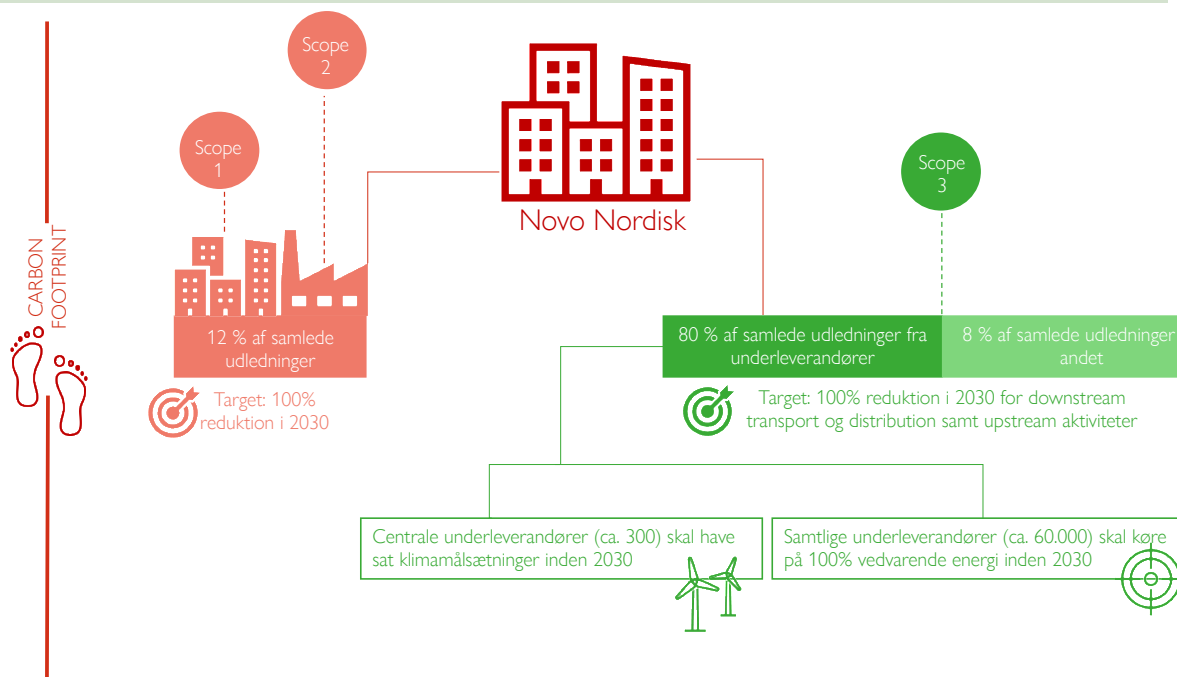


Kilde: [Carbon Disclosure Project \(CDP\)](#), [Science Based Targets Initiative](#), de respektive virksomheders CSR og Årsrapporter, samt egne beregninger. Anm.: udledningerne i 2030 er beregnet under antagelse af, at virksomhederne når deres målsætninger. Hvis en målsætning har et target år efter 2030 antages en lineær reduktion. Yderligere skal de aggregerede scope 3-udledninger tages med forbehold, da det er muligt (og sandsynligt) at flere virksomheders scope 3 udledninger er de samme, hvorfor der ville opstå "dobbelt bogholderi".

Sådan påvirker C25-virksomhedernes deres værdikæder

De store virksomheders klimamålsætninger i 2030 for scope 3 vil forplante sig gennem værdikæden til andre virksomheder. Blandt de 11 virksomheder med scope 3-målsætninger har Novo Nordisk særlig høje ambitioner. I dag udgør Novo Nordisk's forsyningskæde 80 pct. af virksomhedens samlede udledninger. Novo Nordisk anser det for nødvendigt at vælge sine leverandører med omhu, og som del af deres Science Based scope 3-målsætning kræver Novo Nordisk, at samtlige direkte underleverandører skal køre på 100 pct. vedvarende energi inden 2030, hvor Novo Nordisk forpligtiger sig til at assistere leverandører i deres omstilling til vedvarende energi. Hvis Novo Nordisk's 60.000 underleverandører formår at omstille til vedvarende energi, vil dette indebære en årlig reduktion på 300.000 ton CO₂. Derudover har Novo Nordisk sat et krav om at deres centrale underleverandører skal have sat klimamålsætninger inden 2030. Novo Nordisks centrale underleverandører tæller omkring 300 virksomheder, og står for to tredjedele af scope 3.

FIGUR 3.5: NOVO NORDISKS KLIMAMÅLSÆTNINGER



Kilde: [Nul miljøpåvirkning \(novonordisk.dk\)](https://www.novonordisk.dk).

FLSmidth har også tilsluttet sig, at reduktion af scope 3 kræver "klimaklare" underleverandører. Derfor kræver FLSmidth i forbindelse med deres SBTi scope 3 målsætning, at 30 pct. af deres underleverandører har SBTi-godkendte målsætninger inden 2025.

I samme stil fortæller Mærsk, at de oplever en vækst i antallet af virksomheder, der efterspørger mere klimavenlig transport, og at omkring halvdelen af deres største kunder har planer om at nå klimaneutralitet.¹⁸ En af de kunder er Novo Nordisk, som også har stillet krav om klimavenlig transport af deres insulinprodukter. Novo Nordisk valgte i 2019 Mærsk som hovedleverandør, da Mærsk kan tilbyde klimavenlig transport af Novo Nordisk produkter.¹⁹ I samme stil blev det i november 2021 annonceret, at Mærsk skal være Vestas' primære logistikpartner her fra 2022. Kravene til bæredygtighed er store i Mærsk nye fragtaftale med Vestas, sammenlignet med andre kunder, fremgår det af en artikel i MobilityWatch.²⁰ For at kunne levere på den stigende efterspørgsel efter mere klimavenlig transport har Mærsk investeret i 8 nye skibe, der også kan sejle på det grønne PtX-brændstof Methanol. Det første skib skal stå klar allerede i 2023. Med en grønnere transport vil Mærsk medvirke til nedbringelse af andre virksomheders scope 3, og har dermed fastlagt en forretningsmodel, der harmonerer med det grønne klimaperspektiv, som vinder større og større indpas hos virksomheder i både Danmark og internationalt. Mærsk har for nyligt øget deres klimaambitioner, så de nu vil være klimaneutrale i 2040 i stedet for 2050, gældende for scope 1-3.²¹ Det sætter yderligere skub udviklingen.

¹⁸ [Mærsk i klimagennembrud på rekordtid – bestiller otte grønne kæmpeskibe \(berlingske.dk\)](https://berlingske.dk)

¹⁹ [Rederier: Kunder stiller klima-krav \(maritimedanmark.dk\)](https://maritimedanmark.dk)

²⁰ [Klimakrav er et vigtigt element i Mærsk's fragtaftale med Vestas \(mobilitywatch.dk\)](https://mobilitywatch.dk)

²¹ [Mærsk giver baghjul til Danmarks klimamål: Sætter andre grønne frontløbere under pres - FINANS](https://finans.dk)

BILAG 1: VIEGAND MAAGØES KOMMUNIKATIONSMODEL OG ANBEFALINGER

KLIMAKLAR SMV | Viegand Maagøe

D I V E

Klimakommunikation

Data

- Overblik over tilgængelige data
- Etablering af benchmark
- Kortlægning af potentiale

Indsigt

- Megatrends
- Forbruger- og markedsindsigt

Værktøj

- Reduktionsmålsætning
- Budskaber
- Målgrupper
- Strategioplæg
- Løfte bevisbyrden

Effekt

- Kommunikationseffekt
- Forretningseffekt
- Samfundseffekt

Kilde: Viegand Maagøe, Klimaklar SMV.