
OPFØLGNING PÅ KLIMAKLAR SMV

STATUS ET ÅR EFTER PROJEKTETS AFSLUTNING

Marts 2023

Analyse udarbejdet af
Klimaøkonom Laurids Rudbeck Røge og
junioranalytikere Simone Birn og Malthe Vindbjerg

Resume og hovedkonklusioner

Efter afslutning af Klimaklar SMV har Axcelfuture på opdrag af Industriens Fond undersøgt, hvordan arbejdet med klimarapportering gribes an ét år efter afslutning af projektet. 41 ud af de 50 oprindeligt deltagende virksomheder har deltaget i undersøgelsen med stor velvilje.

Langt de fleste virksomheder er i gang med initiativer målrettet deres scope 1 og 2 emissioner. Det er især opsætning af solceller, udskiftning af energikilde til varmepumpe eller fjernvarme, energieffektivisering og krav om el- eller hybridbiler, som fylder, mens en mindre del køber certifikater på grøn strøm. Mange af disse tiltag er fremskyndet af den igangværende energikrise, som har gjort de grønne tiltag mere rentable end før krisen. Nogle virksomheder er presset økonomisk, hvilket betyder, at investeringer relateret til den ordinære drift udskydes.

Grønne investeringer kan være en stor økonomisk post for virksomhederne. Derfor er der sket en koncentration af forankringen af klimaarbejdet i virksomhedernes topledelse. Det afspejler dog også, at grøn omstilling er blevet en del af virksomhedernes strategiske arbejde.

Godt halvdelen af virksomhederne opgør i dag deres CO₂-data, og 86% af dem vurderer, at de har kompetencer til selv at opdatere deres CO₂-data eller kun har brug for minimal ekstern bistand. De virksomheder, som ikke rapporterer deres CO₂-data, oplyser, at det kræver for meget arbejde ift. udbyttet.

En række virksomheder oplyser, at det er vigtigere for dem at kunne opgøre klimaaftrykket fra det enkelte produkt end udledningen samlet set. Det skyldes, at de som underleverandører kan blive anmodet om at opgøre deres leverances klimaaftryk til brug for den samlede vurdering af slutproduktets udledning.

Mens virksomhederne tager flere initiativer inden for reduktion af scope 1 og 2 emissioner, har de væsentlige udfordringer med at reducere deres scope 3 emissioner, navnlig fra deres materialeforbrug. Det skyldes især, at virksomhederne har vanskeligt ved at indkøbe materialer med lavere CO₂-aftryk. Enkelte virksomheder kunne godt erstatte deres produkter med fx genbrugte materialer, men er afhængige af en fordyrende bearbejdning af materialerne, der kan være vanskelig at overvinde i prisen. Der er dog efterspørgsel efter grønnere materialer, og virksomhederne vil gerne reducere hvis muligt.

Udfordringerne med at reducere scope 3 emissioner er formentlig også årsagen til, at der i dag, et år efter Klimaklar SMV, ikke er nogle af virksomhederne, som har konkrete reduktionsmål for deres scope 3 emissioner. Dette er et markant fald ift., at 14% af virksomhederne, umiddelbart efter deres deltagelse i Klimaklar SMV, havde en scope 3 målsætning. Andelen af virksomheder med målsætninger inden for scope 1 og 2 er uændret.

Godt en tredjedel af virksomhederne enten har eller er i gang med at søge tredjepartsverificering af deres samlede udledninger, hvoraf hovedparten er orienteret mod Science Based Targets initiativet (SBTi). Umiddelbart efter projektets afslutning var det tilsvarende tal 8%. For at søge en tredjepartsverificering kræver det kun, at en SMV har målsætninger for scope 1 og 2 emissioner, da en målsætning på scope 3 endnu ikke udgør et krav.

Rapportens hovedkonklusioner er:

- o Virksomhederne har stor lyst til at reducere deres scope 3 emissioner, men finder det meget vanskeligt. Flere virksomheder kan slet ikke reducere deres scope 3 emissioner, som det ser ud nu.
- o Alle virksomhederne fik kortlagt deres scope 3 emissioner i forbindelse med Klimaklar SMV, men det kun er 50%, som kender deres scope 3 emissioner i dag.
- o Hovedparten af virksomhederne har igangsat eller har planer om at igangsætte initiativer til reduktion af deres scope 1 og 2 emissioner. Dette er blevet accelereret af energikrisen.
- o Siden Klimaklar SMV er der sket en væsentlig koncentration af ansvaret i virksomhedernes topledelse, hvilket i høj grad skyldes de strategiske og økonomiske aspekter af den grønne omstilling.

Indholdsfortegnelse

Opfølgning på Klimaklar SMV	4
Karakteristik af de deltagende virksomheder	7
Klimainitiativer hos virksomhederne	10
Initiativer til reduktion af CO2-emissioner	14
Udfordringer ved at reducere scope 1 og 2 emissioner	15
Scope 3 – udfordrende for SMV'er	16
Har energikrisen påvirket virksomhedernes investeringer i grønne tiltag?	19
Cirkulær økonomi	19
Klimarapportering hos SMV'erne	20
Barrierer for klimarapportering	23
Klimamålsætninger	24
Tredjepartsverificering	26

Opfølgning på Klimaklar SMV

De større industrivirksomheder arbejder i vid udstrækning allerede med at reducere deres CO₂-aftryk og har investeret i forskellige tiltag, der reducerer deres udledninger betragteligt. Mange små og mellemstore virksomheder (SMV) har imidlertid haft udfordringer med at sætte og realisere klimamålsætninger, og kun ca. 10% af SMV'erne kendte i 2020 deres klimaaftryk jf. Klimapartnerskab for Produktionsvirksomheder.

Derfor etablerede DI og Industriens Fond i samarbejde med Global Compact Network Denmark, Aalborg Universitet og Viegand Maagøe i 2021 projektet Klimaklar SMV, hvor 50 SMV'er deltog. Axcelfuture deltog som observatør og fik til opgave at udarbejde en erfaringsrapport.

Projektets formål var at hjælpe SMV'erne med at indhente data på deres CO₂-emissioner, for på den måde at gennemføre målrettede indsatser til CO₂-reduktioner og skabe grøn vækst i Danmark. I forbindelse med projektet fik de deltagende virksomheder 50 timers rådgivning hos konsulentfirmaet Viegand Maagøe, og de skulle selv afsætte ca. 70 timer. Projektet blev afsluttet i april 2022 i en erfaringsrapport.¹

De erfaringer og den viden, som blev dannet i forbindelse med projektet, kunne herefter udbredes til SMV'erne, for derved at gøre det lettere at reducere deres CO₂-emissioner. På baggrund af Klimaklar SMV kunne flere af de deltagende virksomheder sætte konkrete mål for CO₂-reduktioner.

Denne rapport følger op på virksomhedernes arbejde med grøn omstilling et år efter afslutningen på Klimaklar SMV, og kortlægger de initiativer, udfordringer og perspektiver, som virksomhederne oplever i forhold at reducere deres CO₂-aftryk.

Rapporten indeholder tre dele. Den første del omhandler virksomhedernes initiativer i forhold til at reducere deres klimaaftryk, samt hvilke udfordringer de oplever i forhold til at reducere deres CO₂-emissioner i både scope 1, 2 og 3, samt energikrisens påvirkning af virksomhedernes investeringsbeslutninger og cirkulær økonomi. Rapportens anden del omhandler virksomhedernes arbejde med klimarapportering, herunder hvilke udfordringer der opstår i den forbindelse, og hvad der får dem til at arbejde med grøn omstilling. Rapportens sidste del analyserer virksomhedernes målsætninger i forhold til reduktion af scope 1, 2 og 3 emissioner samt tredjepartsverificering af CO₂-data.

Fremgangsmåde

Vi har afholdt teamsinterviews med 41 af de 50 virksomheder, som deltog i Klimaklar SMV. Interviewene har taget udgangspunkt i en spørgeramme, som er udarbejdet af Axcelfuture, og som er fremsendt til de deltagende virksomheder på forhånd. Spørgerammen tager udgangspunkt i arbejdet med forankring, kompetencer, målsætninger, initiativer og arbejdet med cirkulær økonomi. Interviewbesvarelsenerne er derefter bearbejdet og analyseret.

De deltagende virksomheder i Klimaklar SMV blev inden projektets start blandt andet udvalgt på baggrund af deres parathed til at arbejde med grøn omstilling. Dette indebærer, at virksomhederne enten arbejdede med grøn omstilling forud for projektet eller havde en intention om at gøre det. Derfor er deltagerne ikke nødvendigvis repræsentative i forhold til klimaarbejdet hos SMV'erne som helhed.

¹ Rapporten er tilgængelig [her](#)

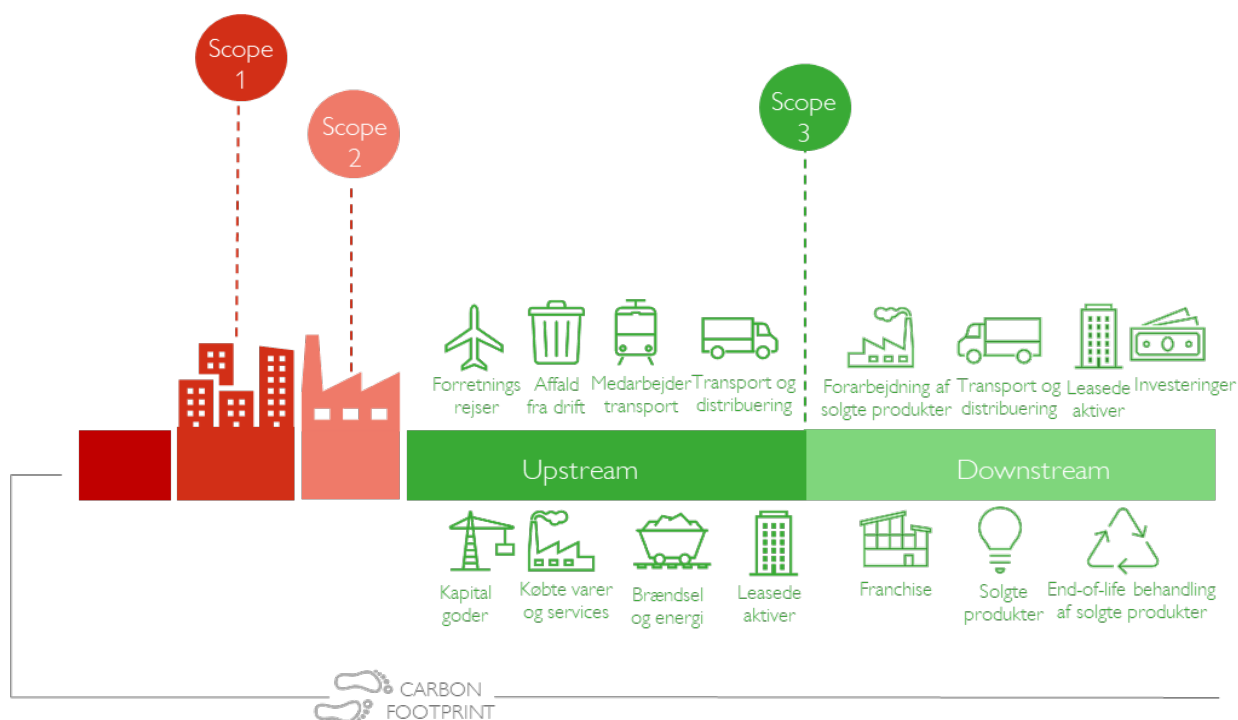
Vores indtryk af de ni virksomheder, der ikke har ønsket at deltage i undersøgelsen er, at de i mindre grad har valgt at arbejde videre i klimasporet – i nogle tilfælde som følge af andre forretningsmæssige udfordringer.

Greenhouse Gas (GHG)-protokollen og scope 1, 2 og 3 emissioner

For at virksomhederne kan lave målrettede og transparente klimamålsætninger og -strategier, har World Resource Institute (WRI) og World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) udarbejdet en standardiseret metode til at anskueliggøre CO₂-emissioner både i virksomheder, myndigheder, byer, mv. Metoden er defineret gennem GHG-protokollen og er i dag den mest udbredte standard til at opgøre CO₂-emissioner.

GHG-protokollen opdeler CO₂-emissioner, fra fx en virksomhed, i tre grupper, som kaldes scope 1, 2 og 3. *Scope 1* dækker over de direkte udledninger, som en virksomhed skaber. Det kan fx være forbrug af naturgas til opvarmning eller procesvarme. *Scope 2* emissioner dækker over de indirekte udledninger, som en virksomhed har gennem køb af el, fjernvarme og fjernkøling. I forhold til el kan der anvendes en såkaldt *markedsbaseret* tilgang, hvor emissionerne opgøres efter, hvor man køber sin energi fra (fx vind), og en *lokationsbaseret* tilgang, hvor man opgør sit CO₂-aftryk for den købte energi efter en gennemsnitlig CO₂-udledning for energien, som leveres i forsyningsområdet. I Danmark bruger de fleste virksomheder den markedsbaserede tilgang, da det i Danmark kan vælges, hvordan den købte el produceres. *Scope 3* er alle øvrige udledninger, som en virksomhed giver anledning til, og hvor virksomheder ikke selv ejer eller kontrollerer kilden til emissionerne. *Scope 3* opdeles i *scope 3 upstream*, som er en virksomheds indkøb af materialer, transport, flyrejser, mv., og *scope 3 downstream*, som er de CO₂-emissioner, som virksomhedernes produkter giver anledning til hos deres kunder. For langt de fleste virksomheder, ikke kun SMV'er, udgør *scope 3* emissioner langt hovedparten af virksomhedernes samlede CO₂-aftryk. De tre scopes er illustreret i figur 1.

FIGUR 1: SCOPE 1, 2 OG 3 EMISSIONER



Kilde: [KLIMAKLAR+SMV+-+April+2022.pdf \(squarespace.com\)](#)

Hvis virksomheder skal leve op til GHG-protokollen, skal de opgøre deres scope 1 og 2, mens scope 3 er valgfrit. Det skyldes formentlig, at det er vanskeligt at opgøre scope 3 emissioner, hvorfor det kan kræve betydelige ressourcer, især i mindre virksomheder, at opgøre dem.

GHG-protokollen har givet afsæt til, at en række virksomheder og organisationer er gået sammen om at lave et samarbejde om en global standard inden for tredjepartsverificering af klimamålsætninger og CO₂-data – Science Based Targets initiativet (SBTi). SBTi er beskrevet i boks 1.

SBTi er generelt anset for at være den bedst tilgængelige tredjepartsverificering af klimamålsætninger. Det skyldes, at den er uafhængig, videnskabeligt funderet, sikrer transparens på klimaområdet og er ens for virksomheder på tværs af lande.

BOKS 1: HVAD ER SCIENCE BASED TARGETS INITIATIVET (SBTi)?

SBTi tager afsæt i GHG-protokollen, som klassificerer CO₂e-emissioner i scope 1, 2 og 3. Scope 1 emissioner er direkte udledninger, fx fra en virksomheds produktion, scope 2 er køb af varme og el og scope 3 er alle andre emissioner i en virksomheds værdikæde fx materialer og transport af varer. SBTi er et samarbejde mellem CDP, Global Compact Network, Verdensnaturfonden (WWF) og World Resource Institute.

SBTi validerer virksomheders målsætninger inden for CO₂-reduktioner og er generelt anset for at være uafhængig og den bedst tilgængelige validering. Antallet af virksomheder, som er tilsluttet SBTi, er stærkt stigende. For at en målsætning kan blive valideret, skal den bidrage til at realisere Parisaftalen, dvs. at den globale temperatur ikke må stige mere end 1,5°C.

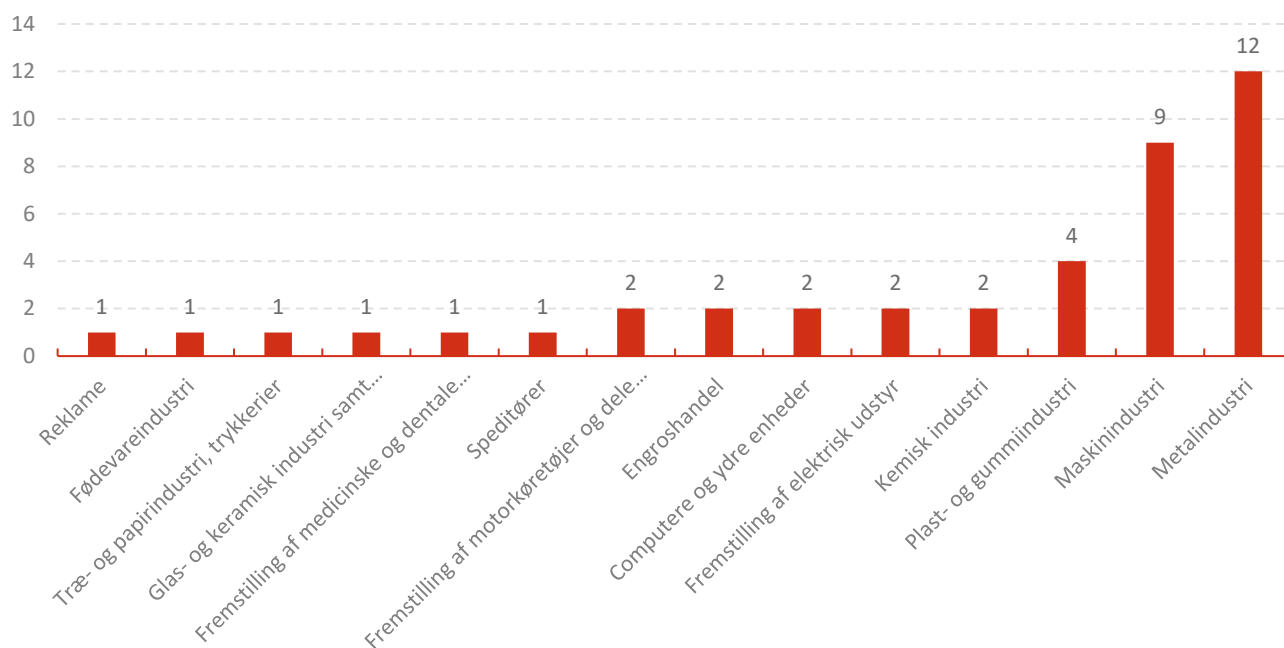
SBTi har to typer målsætninger: nære målsætninger og langsigtede målsætninger. De nære målsætninger forpligter virksomhederne til at reducere deres CO₂e-emissioner med mindst 50% senest i 2030 i forhold til et basisår, som skal ligge mellem 2015 og 2021. En nær målsætning skal dog realiseres inden for 5-10 år. For virksomheder med over 500 ansatte, skal de nære målsætninger dække mindst 95 % af deres scope 1 og 2 emissioner og 66% af deres scope 3 emissioner.

Det langsigtede mål blev lanceret i 2021 i form af Net-Zero standarden. Det er verdens første standard, som validerer, at en virksomhed bliver CO₂-neutral senest i 2050. Net-Zero standarden omfatter både scope 1, 2 og 3 emissioner, som skal reduceret med mindst 90%. De resterende mængder CO₂e-emissioner må offsettes, dog må det ikke overstige 10%. SBTi opfordrer imidlertid virksomheder til ikke at gøre brug af offsetting.

Karakteristik af de deltagende virksomheder

Virksomhederne, som har deltaget i Klimaklar SMV, repræsenterer i særdeleshed fremstillingsvirksomheder, og halvdelen er enten metal- eller maskinindustrielle virksomheder, jf. figur 2. Foruden fremstillingsvirksomheder, er der også to virksomheder, som primært har engroshandel og en enkelt virksomhed inden for transportsektoren (speditører).

FIGUR 2: BRANCHEFORDELING FOR VIRKSOMHEDER, DER DELTAGER I OPFØLGNING PÅ KLIMAKLAR SMV

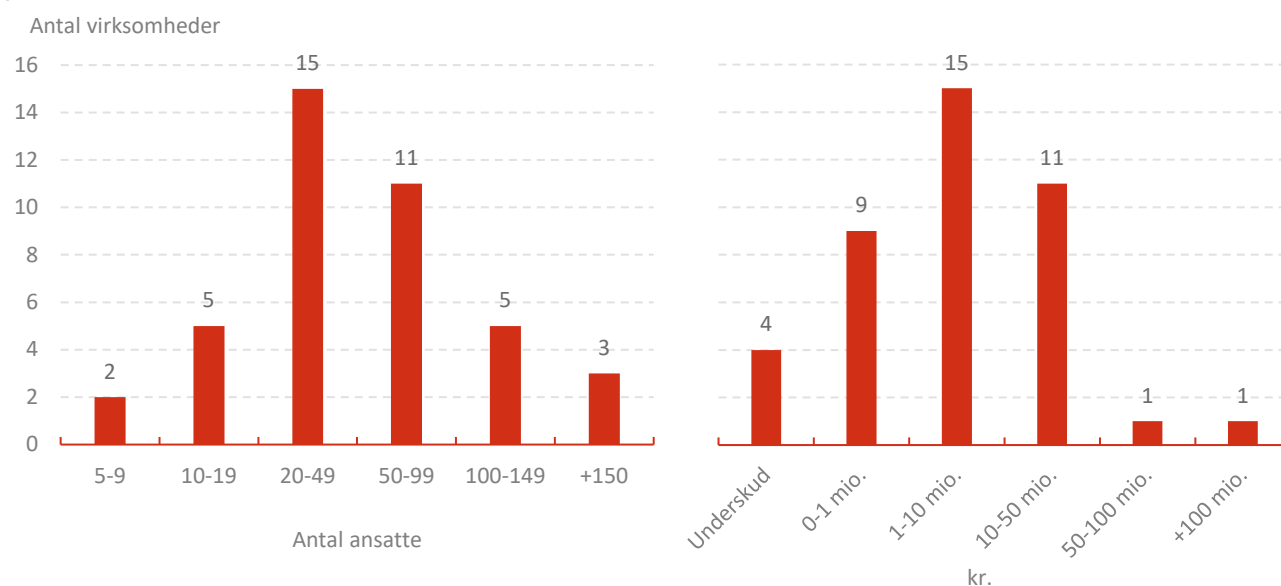


Note: Branchefordelingen er baseret på de samme NACE-koder, som anvendes af Danmarks Statistik og Erhvervsministeriet. For tre virksomheder er anvendt den fulde 6-cifret NACE-kode, mens de resterende er beskrevet ud fra de to første cifre.
Kilde: CVR-registret og Axcelfuture

De deltagende virksomheder havde mellem 6 og 184 ansatte. I gennemsnit var der 61 ansatte i 2021. Hovedparten havde dog mellem 20 og 99 ansatte, jf. figur 3.

Virksomhederne har generelt en sund økonomi, og hovedparten af virksomhederne har et resultat mellem 1-10 mio. kr., men nogle er dog udfordret af de høje energi- og materialepriser. For flere af virksomhederne har de stigende priser være medbidragende til, at den grønne omstilling er accelereret, jf. næste kapitel.

FIGUR 3: ANTAL ÅRSVÆRK OG RESULTAT I 2021 HOS DE DELTAGENDE VIRKSOMHEDER

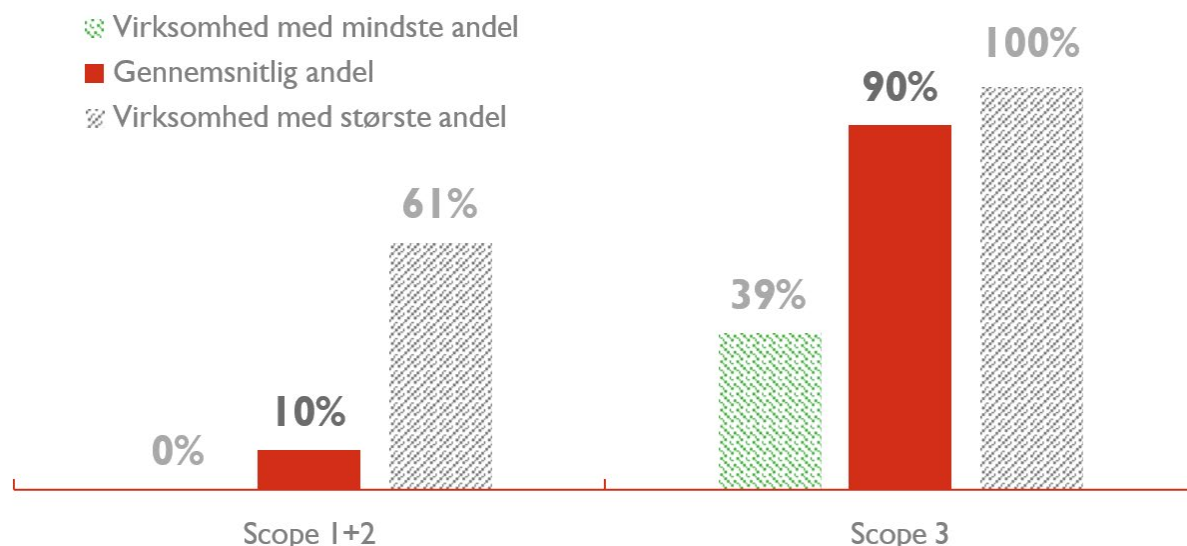


Note: Antal årsværk beregnet som gennemsnittet af antal årsværk i 2021. Nogle virksomheder har forskudt regnskabsår.
Kilde: CVR-registeret, virksomhedernes årsrapporter og Axcelfuture

Virksomhedernes CO₂-udledninger fordelt på scopes og underkategorier

Efter Klimaklar SMV stod det klart, at langt størstedelen af SMV'ernes reduktionspotentiale ligger i scope 3, hvor der gennemsnitligt er 90% af virksomhedernes samlede CO₂-emissioner, jf. figur 4. Målsætninger vedrørende scope 1 og 2 er til gengæld lettere at tilgå. Projektet viste, at det netop er scope 3, der er sværest for virksomhederne at kortlægge og reducere.

FIGUR 4: VIRKSOMHEDERNES GENNEMSITLIGE SCOPE 1, 2 OG 3 UDLEDNINGER



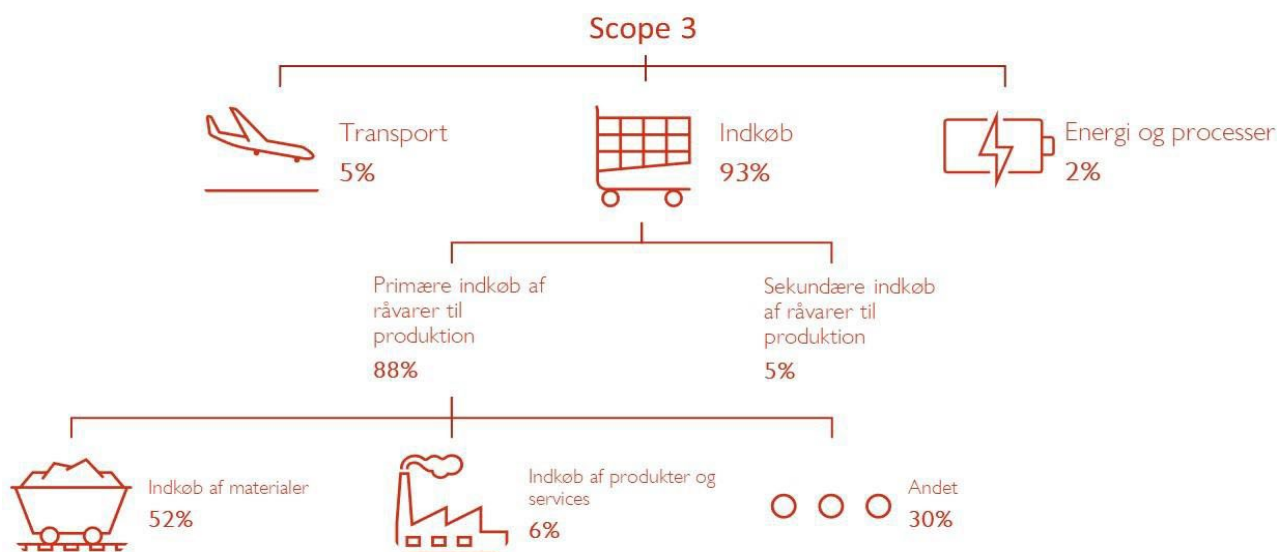
Kilde: Erfaringsrapport fra Klimaklar SMV

Udviklingen i Danmarks generelle klima- og energipolitik 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, hvor klimapolitikken understøtter energieffektivisering og omstilling af energiforbruget fra fossilt til vedvarende energi i danske virksomheder. Dermed vil virksomhedernes scope 1 og 2 emissioner blive reduceret. Derimod vil det ofte være

mere krævende og komplekst at få nedbragt scope 3, som typisk kommer fra virksomhedernes indkøb inkl. varetransport, jf. figur 5. Scope 3 udledningerne kan komme fra mange forskellige kilder i forskellige lande, alt efter hvad den pågældende virksomhed indkøber og producerer. 90% af virksomhedernes scope 1 emissioner kommer fra energi, 10% fra transport og en næsten uanseelig andel fra andre kilder fx svejsegasser. Scope 2 er udelukkende energikøb, hvor 98% kommer fra virksomhedernes strøm og 2% kommer fra fjernvarme.

Netop fordi scope 3 emissionerne kommer fra mange kilder, som virksomheden ikke selv har kontrol over, er scope 3 emissionerne svære for virksomhederne at tackle.

FIGUR 5: KILDER TIL VIRKSOMHEDERNES SCOPE 3 EMISSIONER



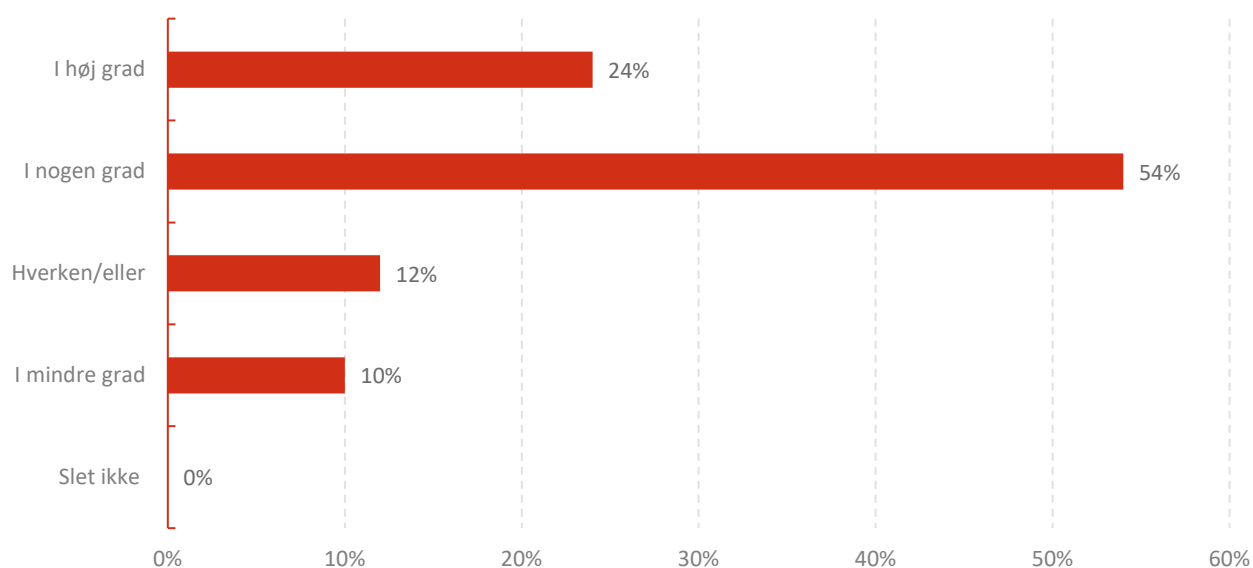
Kilde: Erfaringsrapport fra Klimaklar SMV

KLIMAINITIATIVER HOS VIRKSOMHEDERNE

For at nedbringe CO₂-aftrykket både i scope 1, 2 og 3 kan virksomhederne eksempelvis erstatte gasfyr med varmepumper, opsætte solceller eller skifte svejsegasser ud med mindre klimabelastende alternativer. De kan også indkøbe materialer, der har en lavere emissionsfaktor.

De deltagende virksomheder er fortsat optaget af klimadagsordenen. Således oplyser 54% af virksomhederne, at de i nogen grad arbejder med klimainitiativer, mens 24% mener, at de gør det i høj grad, jf. figur 6. Kun 10% af virksomhederne arbejder med klimainitiativerne i mindre grad, og der er slet ingen som mener, at de ikke arbejder med den grønne dagsorden.

FIGUR 6: I HVOR HØJ GRAD MENER VIRKSOMHEDERNE SELV, AT DE ARBEJDER MED KLIMAINITATIVER?

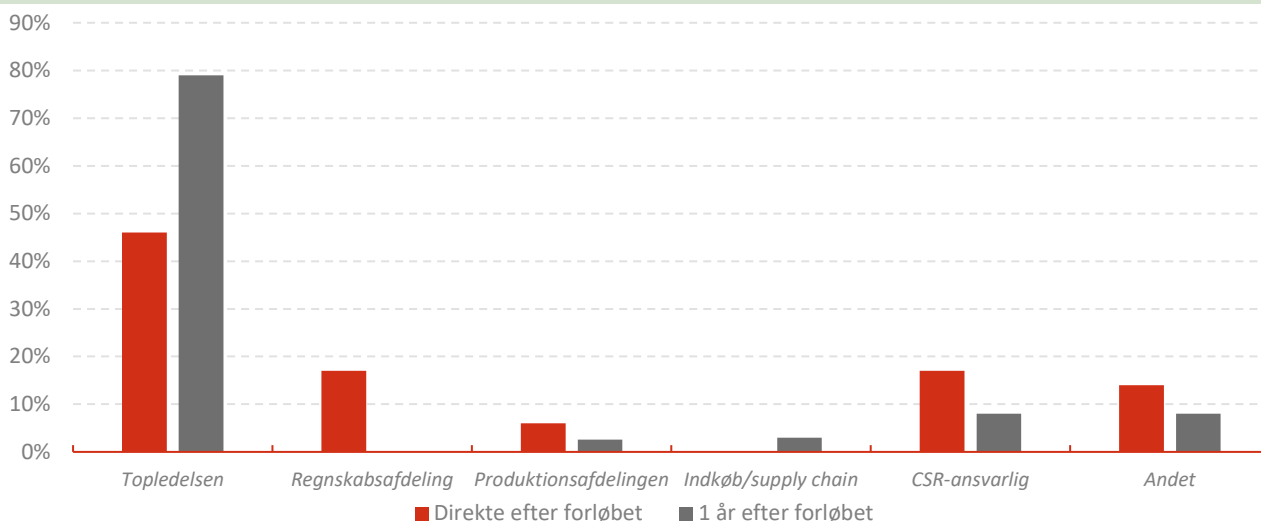


Kilde: Axcelfuture

De virksomheder, som kun i begrænset omfang arbejder med klimainitiativer, fortæller, at det typisk skyldes manglende kunde- eller konkurrencepres, som tvinger dem til at tænke grønt, for at bevare deres markedsposition. For nogle virksomheders vedkommende skyldes det også, at de er presset økonomisk, eller at de er nødt til at prioritere deres ressourcer til deres almindelige drift og investeringer.

Det kan kræve store investeringer at nedbringe sit CO₂-aftryk. Derfor er ansvaret for virksomhedernes klimaarbejde typisk forankret i virksomhedernes topledelse. Hos en mindre del er det dog forankret hos enten en CSR- eller QHSE-chef. Det betyder, at der er sket et skifte i retning af en øget forankring i virksomhedernes topledelse siden Klimaklar SMV, jf. figur 7.

FIGUR 7: ANSVARSFORANKRING I KLIMAKLAR SMV VIRKSOMHEDERNE



Note: "Andet" dækker over bl.a. arbejdsmiljøchefer, kvalitetschefer, QHSE managers

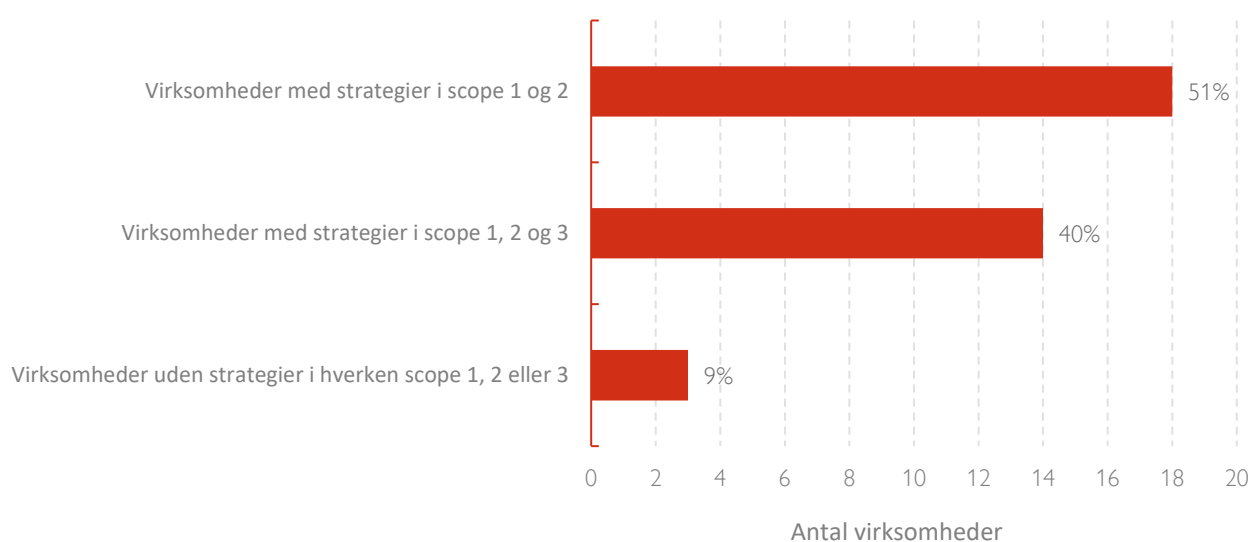
Kilde: Axcelfuture

Klimaindsatserne spænder bredt, og 91% af virksomhederne har strategier til at reducere deres CO₂-emissioner, specielt i scope 1 og 2, jf. figur 8. Årsagen til, at flest virksomheder kun har strategier for scope 1 og 2, skal

formentlig findes i deres muligheder for at reducere deres scope 3 emissioner. Som tidligere nævnt er mange af de deltagende virksomheder inden for enten metal- eller maskinindustrien, hvor hovedparten CO₂-emissioner kommer fra indkøb af metallerne, specielt stål. Metalleverandørerne har som helhed den udfordring, at produktion af råstål, råaluminium, råmæssing, mv. er særdeles energikrævende. Skal produktionen gøres grøn ved fx at anvende el- eller brintdreven teknologi, vil priserne stige ganske betragteligt, og for flere metaller eksisterer der ikke grønne alternativer på markedet. Dertil kommer, at danske SMV'er aftager for små mængder til, at de kan forhandle på dette punkt med deres leverandører. Det betyder, at de reelt ikke har mulighed for at reducere deres scope 3 udledninger på anden vis, end ved at reducere deres materialeforbrug.

Der er dog næsten lige så mange virksomheder, som har strategier for alle tre scopes, som der kun har for scope 1 og 2, jf. figur 8. Det viser, at mange virksomheder tænker aktivt over, hvordan de skal arbejde med at reducere deres scope 3 emissioner, på trods af de store udfordringer, som virksomhederne oplever.

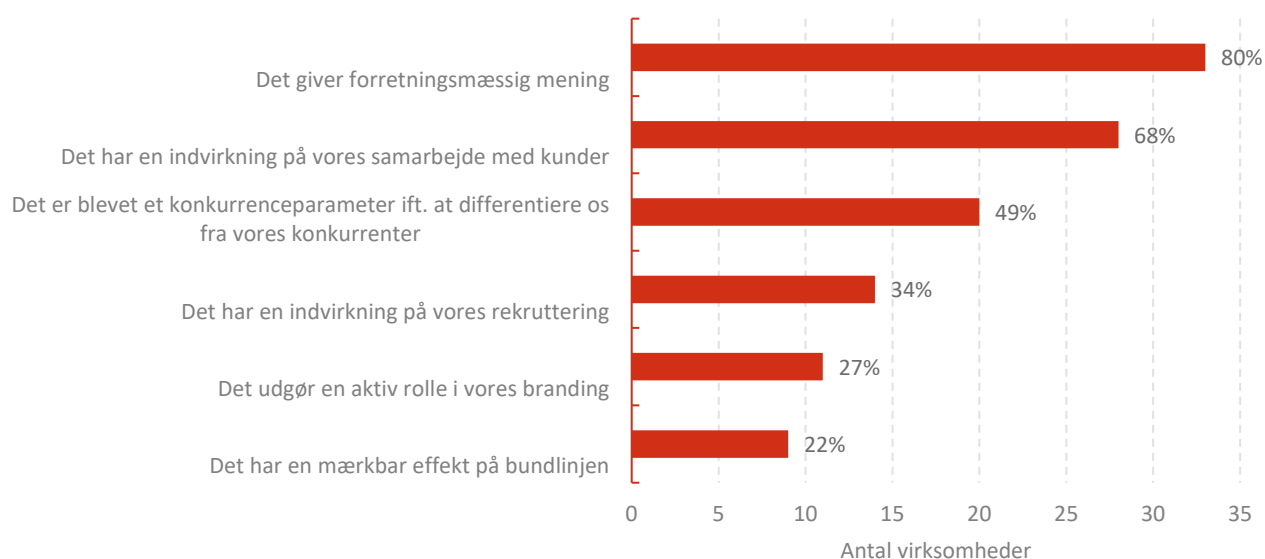
FIGUR 8: ANTAL VIRKSOMHEDER MED HHV. STRATEGIER I SCOPE 1 + 2, SCOPE 1 + 2 + 3, OG VIRKSOMHEDER UDEN STRATEGIER I NOGEN SCOPES



Kilde: Axcelfuture

Den primære årsag til, at virksomhederne arbejder med at reducere deres CO₂-emissioner, er, at det giver forretningsmæssig mening for dem (80% af de adspurgte virksomheder), jf. figur 9. De øvrige årsager er, at det bidrager til et positivt samarbejde med kunderne (68%), at det udgør et konkurrenceparameter (49%), at det hjælper med at rekruttere nye ansatte eller motivere de nuværende (34%), at de bruger det i deres branding (27%) samt at det giver en mærkbar, positiv effekt på bundlinjen (22%).

FIGUR 9: VIRKSOMHEDERNES ÅRSAGER TIL AT ARBEJDE MED KLIMAINITIATIVER



Note: Én virksomhed kan godt svare mere end én kategori, hvorfor procentsatserne ikke summerer til 100.

Kilde: Axcelfuture

CASE 1: CFT TANDHJULSFABRIK A/S – I MÅL MED SCOPE 1 OG 2, MEN UDFORDRINGER MED SCOPE 3

CFT Tandhjulsfabrik A/S er en dansk familieejet virksomhed fra Veksø i Nordsjælland, der producerer tandhjul og transmissionskomponenter efter ordre. Virksomheden producerer høj kvalitetsprodukter til en lang række brancher. Tandhjulene fremstilles primært i stål, men også andre metaller som aluminium, bronze og messing, ligesom plastmaterialer anvendes.

Forarbejdningen foregår ved drejning og fræsning. Processer der anvender betydelige mængder strøm. Men da rumopvarmningen kommer fra et pillefyr, er deres scope 1 emissioner nul. Deres scope 2 emissioner fra køb af strøm er stadigt faldende i takt med, at elmikset bliver grønnere. Frem mod 2030 bliver deres anvendte strøm helt grøn, og dermed bliver deres scope 1 og 2 udledninger nul, uanset hvad de selv foretager sig – dermed bliver målsætninger på dette område mindre relevante.

For scope 3 emissioner er det helt modsat, for de kommer i altovervejende grad fra stål købt i EU-lande. Der er tre udfordringer. For det første er der endnu ikke adgang til stål, som udelukkende er produceret på grøn energi som brint eller grøn el. For det andet har de i begrænset omfang en forhandlingskraft hos deres leverandører, der producerer store mængder stål til bl.a. den tyske bilindustri, og disse vil for nuværende, ikke forsøge sig med andre produktionsformer end de billigste. For det tredje har deres kunder indtil videre ikke ville betale mere for grønnere komponenter.

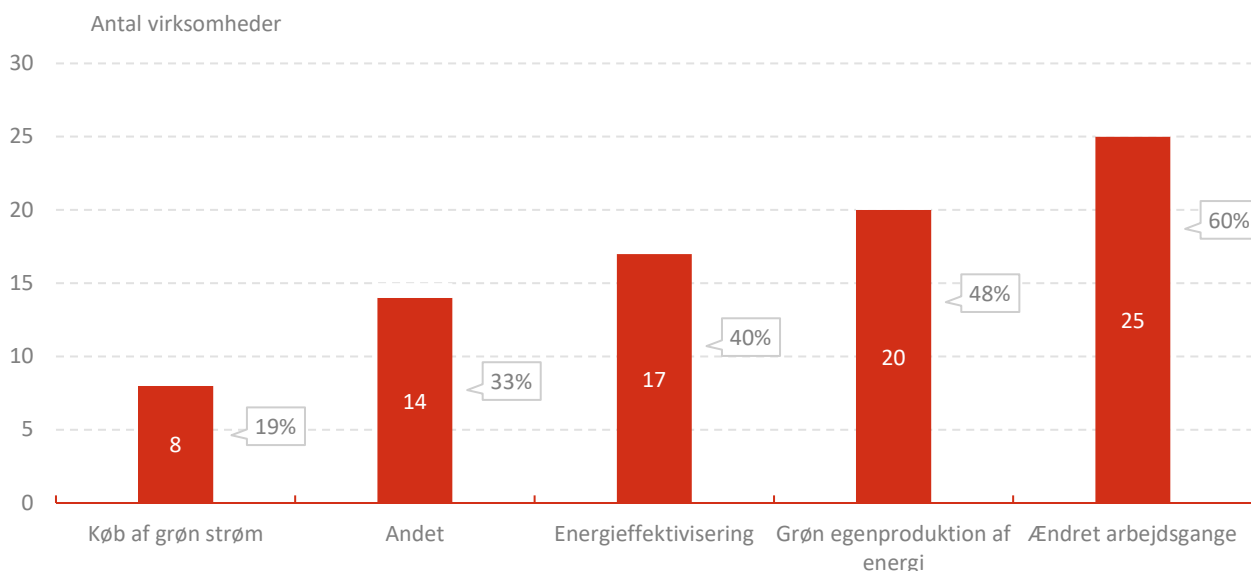
Da CFT Tandhjulsfabrik A/S har så svært ved at påvirke deres scope 3 emissioner, giver det heller ikke mening for dem at sætte reduktionsmål for scope 3. Denne udfordring er nævnt af flere virksomheder, og er derfor ikke kun en udfordring for CFT Tandhjulsfabrik A/S.

Initiativer til reduktion af CO2-emissioner

For at reducere CO2-emissioner, har virksomhederne igangsat en række initiativer, jf. figur 10. Initiativer til reduktion af scope 1 emissioner dækker især over grøn egenproduktion af energi, primært udnyttelse af overskudsvarme og udskiftning af gas- eller oliefyr med varmepumpe eller biomassefyr samt energieffektiviseringstiltag (især udskiftning af lyskilde til LED og bedre bygningsisolering), ændrede arbejds gange, hvor fx standby-tiden reduceres for maskiner eller temperaturen sænkes, mv. Mange virksomheder er begyndt at investere i disse tiltag alene på grund af de stigende energipriser samt et ønske om at bidrage til den grønne omstilling. Når der ikke er flere virksomheder, som har lavet denne type investeringer, skyldes det især, at flere virksomheder fx har eller inden for kort tid får indlagt fjernvarme, at de allerede har energieffektiviseret, eller er i tvivl om, hvorvidt de bliver i de eksisterende bygninger.

Til reduktion af scope 2 emissioner, er de mest almindelige initiativer opsætning af solceller, så virksomheden får en grøn egenproduktion af strøm samt købsaftaler på grøn strøm. De virksomheder, som har deltaget i dette projekt, har udelukkende scope 2 emissioner fra fjernvarme og el. Mens de ikke har indflydelse på, hvad der indføres på fjernvarmeværket, kan virksomhederne netop påvirke, hvilken kilde deres strøm kommer fra. Derfor kan det også virke overraskende, at der ikke er flere virksomheder, som køber grøn strøm eller opsætter solceller. Virksomhederne har især to primære forklaringer. Den første forklaring er, at det er dyrere at aftage ren grøn strøm, sammenholdt med at købe den billigst tilgængelige strøm. Er man som virksomhed økonomisk trængt eller operer på et meget konkurrenceudsat marked, kan en premium på den grønne strøm derfor være en udfordring rent omkostningsmæssigt. Den anden forklaring er, at strømmen i Danmark forventes at blive helt grøn inden for en kortere årrække uanset hvad. Derfor er der flere virksomheder, som ikke mener, at det kan betale sig at foretage store investeringer i grøn energi selv, når samfundet er i gang. En mindre del af virksomhederne mener desuden, at det er falsk markedsføring at købe grønne elcertifikater, da den strøm som bruges i produktionen, fortsat vil bestå af et mix af de kilder, som nu engang er i elnettet – dette værende vedvarende energi, men fx også affald, kul, gas og a-kraft.

FIGUR 10: VIRKSOMHEDERNES INITIATIVER TIL REDUKTION AF SCOPE 1 OG 2 EMISSIONER



Note 1: En virksomhed kan godt have flere initiativer. Derfor summerer kolonnerne ikke til antallet af deltagende virksomheder.

Note 2: Procentsatserne er andelen af deltagende virksomheder i hver kategori.

Kilde: Axcelfuture

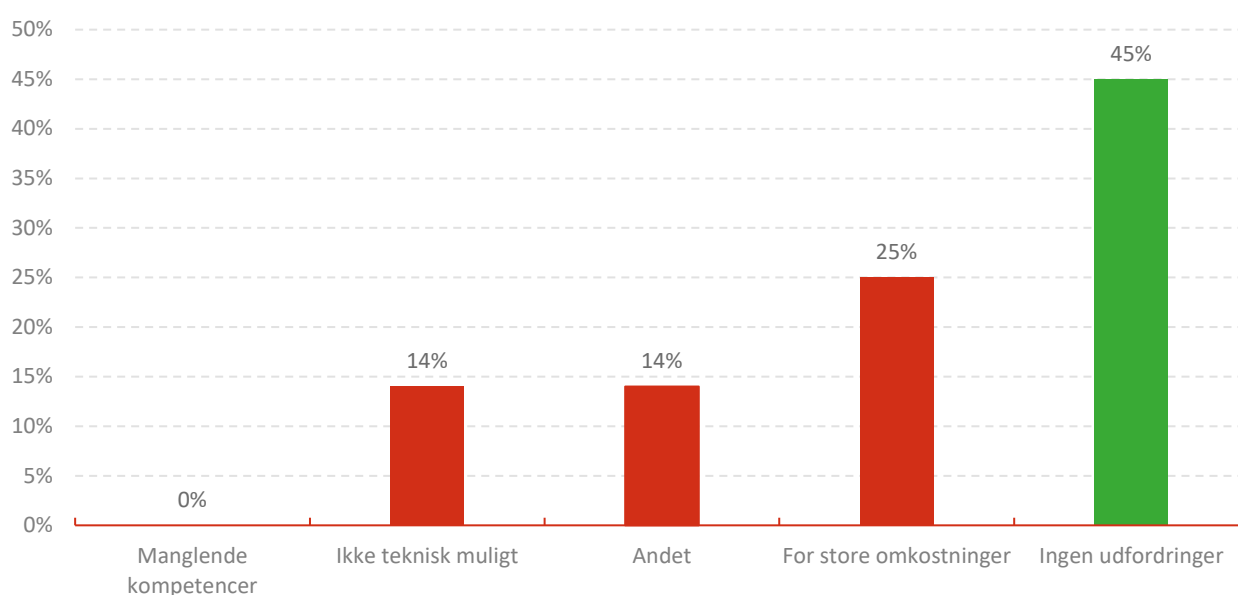
BOKS 2: EKSEMPLER PÅ KLIMAINITIATIVER HOS SMV'ERNE

Næsten alle virksomhederne som deltager i dette projekt, har igangsat et eller flere konkrete initiativer til at reducere deres CO₂-udledninger. Flere af initiativerne er fremskyndet af den igangværende energikrise, fordi energipriserne har forkortet tilbagebetalingstiden på fx energieffektivisering og solceller. Fælles for virksomhederne er dog, at deres deltagelse i Klimaklar SMV har muliggjort, at de kan målrette deres indsatser. Det skyldes, at der er stort sammenfald mellem tiltag, som giver lavere energiforbrug eller skifter varmforsyningen væk fra naturgas og tiltag, som reducerer CO₂-udslippet. De mest hyppige tiltag, som virksomhederne har foretaget er

- Smart belysning (LED, sensorer, mv.)
- Solceller
- Udskiftning af olie- eller gasfyr til varmepumpe
- Udnyttelse af procesvarme til rumopvarmning
- Reduceret materialeforbrug
- Ændring i emballage til genbrugsplast
- Nye energieffektive maskiner
- Ændret materialesammensætning
- Eltrucks frem for dieseltrucks

Udfordringer ved at reducere scope 1 og 2 emissioner

Selvom mange virksomheder allerede har igangsat initiativer til reduktion af scope 1 og 2 emissioner, oplever flere virksomheder også udfordringer med at reducere enten hele eller dele af især scope 1 emissionerne, jf. figur 11. Figuren viser, at de fleste virksomheder ikke oplever udfordringer med at reducere scope 1 emissioner, ligesom ingen af de deltagende virksomheder har givet udtryk for, at de ikke har kompetencer til at reducere deres scope 1 emissioner. De to udfordringer, som virksomhederne oplever er, at det enten ikke er teknisk muligt at reducere CO₂-emissioner fra fx svejsegasser, eller at det meget omkostningstungt at omstille sin produktion med de nuværende metoder. Det kan fx være metal- eller maskinvirksomheder, som bruger gas til forarbejdning, men som kan bruge el i stedet. Disse virksomheder afventer eksempelvis, at biogas bliver tilgængelig for dem, eller at prisen på eldrevet teknologi falder betragteligt.

FIGUR 11: UDFORDRINGER VED REDUKTION AF SCOPE 1 EMISSIONER

Kilde: Axcelfuture

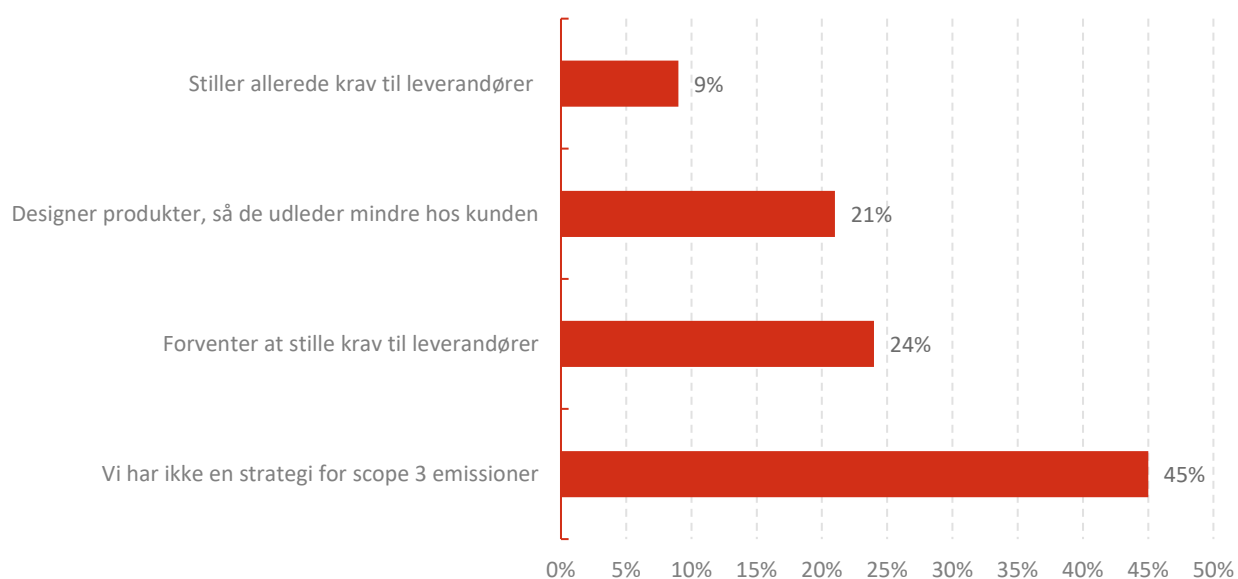
Udover barriererne vist i figur 11, oplever en del virksomheder, som ejer produktionsfaciliteter i udlandet, at det er udfordrende at reducere både scope 1 og 2 emissioner. Det skyldes, at grønne alternativer ofte ikke er tilgængelige i samme udstrækning i de lande, som produktionen ligger i, sammenlignet med Danmark, og at energimikset ikke forventes at blive grønt inden fx 2030. Virksomheder med produktion i udlandet har derfor ofte heller ikke en målsætning om at være CO₂-neutral på kort sigt, men arbejder målrettet på at reducere deres emissioner, også i udlandet.

Nogle virksomheder har også givet udtryk for, at det kan være en udfordring at lave større grønne investeringer i solceller, fjernvarme og energieffektivitet, hvis deres ejendom er lejet. Det skyldes især to ting. For det første er det i udgangspunktet udlejer, som skal betale for tiltagene, og ikke virksomheden selv. Hvis udlejer ikke kan se en fordel i at investere, i fx bedre isolering af bygningerne, kan virksomheden i udgangspunktet ikke gøre noget. For det andet kan det betyde, at en virksomhed binder sig til en given ejendom, hvis man efter dialog med udlejer selv investerer i fx solceller på taget. Øges deres produktion så meget, at de skal rykke i nye, større lokaler, vil deres investering i solcellerne være tabt. Disse udfordringer opstår ikke, hvis virksomheden selv ejer bygningerne.

Scope 3 – udfordrende for SMV'er

Mens mange af virksomhederne gerne vil reducere deres scope 3 emissioner, er det meget få af dem, som har en klar strategi for at reducere emissionerne, jf. figur 12. Figuren viser, at det kun er 9% af de deltagende virksomheder, som i dag stiller krav om CO₂-aftryk til leverandørerne, mens 21% af virksomhederne designer deres produkter, så deres kunders CO₂-aftryk falder. Det kan fx være mere energieffektive pumper. 24% af virksomhederne forventer at stille krav om CO₂-aftryk hos deres leverandører, mens 45% af virksomhederne ikke har nogen konkret strategi for deres scope 3 emissioner.

FIGUR 12: VIRKSOMHEDERNES SCOPE 3 STRATEGIER



Kilde: Axcelfuture

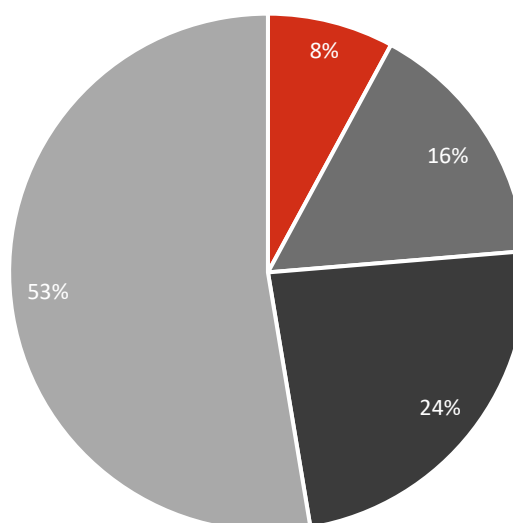
De manglende strategier for reduktioner af scope emissioner skyldes dog ikke, at virksomhederne ikke vil arbejde med scope 3 reduktioner, men at de oplever store udfordringer med at reducere dem. Årsagerne hertil er især, at det ikke er muligt for dem at få materialer med et lavere CO₂-aftryk, enten fordi alternativerne ikke eksisterer, eller fordi det er væsentligt fordyrende, hvilket vil svække deres konkurrencekraft, jf. figur 13. Flere af virksomhederne har også oplyst, at de gerne vil producere produkter af mindre klimabelastende materialer (fx biobaseret komposit frem for plastik) eller kan tilbyde et produkt med lavere CO₂-aftryk hos kunden for en merpris. I mange brancher er der imidlertid kun begrænset efterspørgsel efter sådanne produkter, hvorfor scope 3 downstream emissionerne også kan være en udfordring.

En anden forklaring kan også være det sted i forsyningskæden, som virksomhederne ligger. Mange af de adspurgte virksomheder producerer enten råmaterialer som stål eller halvfabrikata som tandhjul, ligesom en række af virksomhederne producerer varer, som ikke har noget energiforbrug hos kunderne, fx trafikkegler eller paller. Derfor har en stor del af virksomhederne ikke nogen scope 3 downstream udledninger, eller også kan de kun påvirkes gennem virksomhedens generelle klimainitiativer.

De virksomheder som målretter initiativer mod scope 3 downstream emissioner, gør det typisk ikke direkte på grund af klimamæssige hensyn. I stedet gøres det fordi, at det giver dem en konkurrencefordel, at deres produkt er mere energieffektivt end konkurrenternes.

FIGUR 13: UDFORDRINGER VED REDUKTION AF SCOPE 3 EMISSIONER

- Opgaven er uoverskuelig, fx på grund af mange leverandører
- Vi kan ikke designe vores produkter, så emissionerne reduceres hos kunden
- Vi vil miste konkurrencekraft på grund af stigende priser
- Vi kan ikke stille grønne krav til leverandører



Kilde: Axcelfuture

Udfordringerne er særligt udtalte for SMV'erne på grund af deres begrænset størrelse. Størrelsen betyder, at de ofte har en dårlig forhandlingsposition overfor deres leverandører i forhold til at stille krav om grønnere materialer. Et eksempel herpå er stålindustrien, hvor virksomhederne er udfordret af, at der er få, men store udbydere af stål, som blandt andet forsyner bilindustrien, vindindustrien og byggeindustrien, hvor råstålet ofte kommer fra lande uden for EU. Det betyder, at en dansk SMV vil have svært ved at påvirke stålleverandørerne, hvis primære kunder aftager mange gange de mængder stål, som SMV'erne gør. Vil en SMV i stedet bruge genbrugsstål, er de ofte udfordret af kvaliteten i det genbrugte stål, og at en omsmelting af stålet er dyrt. Derfor bruger de fleste SMV'er hovedsageligt virgint stål.

Det betyder, at SMV'erne er afhængige af, at de store industrivirksomheder går forrest i at drive udviklingen af grønnere materialer. Hvis de store vindmølleproducenter eksempelvis begynder at efterspørge en vis procentdel af deres stål produceret ved brug af el- eller brintdreven teknologi, vil stålleverandørerne være nødsaget til producere det for at kunne holde deres markedsposition. Udviklingen af grønt stål er allerede undervejs i flere initiativer, blandt andet gennem samarbejdet Steel Zero, hvor en række store virksomheder, herunder Mærsk A/S og Siemens Gamesa A/S, indgår i et samarbejde om at udvikle grønt stål til konkurrencedygtige priser.²

På grund af de store udfordringer, som SMV'erne oplever med at reducere deres scope 3 emissioner, kunne det overvejes, om de gør brug af CO₂-offsetting (Klimakreditter). CO₂-offsetting dækker over, at en virksomhed betaler for, at der fx plantes skov, som optager CO₂, svarende til deres CO₂-udledning. På den måde kan en virksomhed fremstå CO₂-neutral, på trods af, at de fortsat har CO₂-udledninger. Det er imidlertid kun 4 virksomheder, som bruger CO₂-offsetting i dag, 2 der overvejer det, mens 35 ikke bruger det. I stedet vil virksomhederne gøre mere for at lave egentlige reduktioner af deres CO₂-emissioner.

² Læs mere om Steel Zero på [Building demand for net zero steel | Climate Group \(theclimategroup.org\)](https://www.theclimategroup.org/building-demand-for-net-zero-steel)

Har energikrisen påvirket virksomhedernes investeringer i grønne tiltag?

Energikrisen har for mange virksomheders vedkommende givet anledning til stærkt forøgede energiregninger, uanset om der ses på el, olie eller naturgas, ligesom materialepriserne også er steget markant. Som eksempel er elprisen i mange virksomheder steget med 4-6 gange, hvilket reducerer eller ligefrem fjerner et eventuelt overskud. Enkelte virksomheder er endda så presset af de stigende energipriser, at de er truet af konkurs.

De stigende energipriser har for en række virksomheder medført, at en række investeringer relateret til den ordinære drift af virksomheden er blevet udskudt, for at holde omkostninger nede. Det gælder imidlertid ikke grønne investeringer. Her er investeringerne blev intensiveret, fordi mange grønne tiltag pludselig er blevet rentable og har meget kort tilbagebetalingstid. Derfor investerer nogle virksomheder i solceller, elektrificerer deres produktion, udskifter varmekilde, mv., alene for at reducere omkostninger.

Cirkulær økonomi

Virksomhederne arbejder bredt set også med cirkulære tiltag i deres produktion. Metal- og maskinvirksomhedernes gør det, fordi deres restprodukter kan videresælges til skrothandlere. Ofte er deres restprodukter af høj kvalitet på grund af kvaliteten i deres produkter, og derfor sorterer virksomhederne deres metalaffald grundigt. Flere andre virksomheder bruger også genanvendte materialer i deres produktion, og enkelte virksomheder bruger overvejende genbrugsjern eller -plastik.

Der er også virksomheder, hvis produkter kan repareres, for på den måde at blive levetidsforlænget. Der er imidlertid ingen af virksomhederne, som gør det af cirkulære hensyn. I stedet skyldes det, at de producerer produkter af høj kvalitet, som fra start er designet til at kunne repareres.

CASE 2: TASSO A/S – ET JERNSTØBERI MED GRØNNE AMBITIONER

TASSO A/S er et dansk jernstøberi beliggende i Odense, som producerer støbejern i stænger, også kaldet stanggods, i standarddimensioner til videre forarbejdning. De er en del af den internationale støberikoncern BIRN Group, som har aktiviteter i Danmark, Tyskland, Sverige og Italien.

TASSO A/S producerer forskellige typer og kvaliteter af støbejern, og tilbyder varmethandling samt forbehandling. Produktionsformen er såkaldt strengstøbning, hvor der støbes kontinuerligt. (se figuren herunder). Støbegodset knækkes af i sidste del af produktionen i passende længder. TASSO A/S producerer ca. 18.000 ton støbejern om året og beskæftiger ca. 65 medarbejdere.

Figur C1 En af strengstøbelinjerne hos Tasso A/S



Kilde: Tasso A/S

TASSO A/S anvender stålskrot i deres produktion, men iblander også en varierende andel af råjern og legeringsmaterialer, for at justere analysen og dermed sikre kvaliteten af deres produkter. Stålskrottet, som de anvender i produktionen, smeltes ved ca. 1.400°C. Den primære energikilde er el, der bruges ved smeltning og støbning. Der bruges også naturgas og olie. TASSO A/S bruger pt olie til opvarmning af støbelinjer, men er i gang med at omlægge til naturgas, som forventes at reducere deres CO₂-udledning fra denne proces med ca. 70%. I takt med, at andelen af biogas i gasnettet stiger, vil TASSO A/S' klimaafttryk falde endnu mere. TASSO A/S har halveret deres CO₂-udledning pr. ton produceret støbejern siden 2010. Dette skyldes overvejende grønnere strøm samt

øget energieffektivitet gennem øget produktivitet.

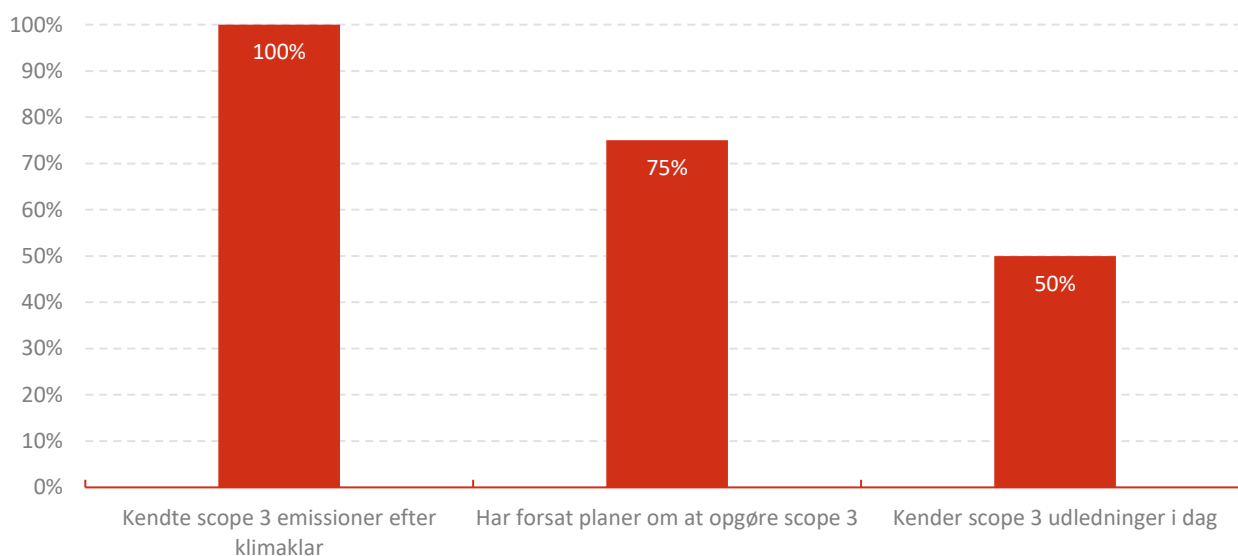
Produktion af støbejern er en energikrævende proces, som genererer meget overskudsvarme. TASSO A/S har som de eneste af de deltagende virksomheder, koblet deres overskudsvarme til fjernvarmenettet, hvor de leverer fjernvarme til ca. 250 helårshuse. Dette er på trods af de administrative byrder, som der følger med at sælge overskudsvarme, hvilket normalt får virksomheder til at afstå fra at afsætte varmen.

KLIMARAPPORTERING HOS SMV'ERNE

Klimarapportering er et udtryk for, at en virksomhed opgør deres CO₂-emissioner med jævne mellemrum, fx årligt, enten for scope 1 og 2 eller alle tre scopes. Rapporteringen har både et internt og et eksternt sigte. Internt bliver rapporteringen et målepunkt for fremdriften i arbejdet og eksternt bliver det muligt for virksomheden at styrke sin markedsføring. Hvis ikke en virksomhed får kortlagt sine emissioner i scope 1, 2 og 3, er det svært at vide, hvor grønne investeringer har den største effekt, og hvordan produktion, forsyningskæden og produktudvikling skal tackles i forhold til at reducere CO₂-emissioner.

Langt hovedparten af de deltagende virksomheder kender deres scope 1 og 2 emissioner, hvilket formentlig skyldes, at det er mere tilgængeligt at kortlægge dem. Scope 3 emissionerne blev kortlagt for alle virksomheder i forbindelse med Klimaklar SMV, men her ses et fald til 50% af virksomhederne, der kender scope 3 emissioner i ton i dag, jf. figur 14. 75% af virksomhederne forventer at opgøre deres scope 3 emissioner fremadrettet. Årsagen til dette kan formentlig tilskrives vanskeligheden ved at opgøre scope 3 emissioner. Allerede få måneder efter Klimaklar SMV oplyste 78% af de oprindelige 50 virksomheder, at de havde et overblik over alle tre scopes. Det afspejler, at scope 3 kommer fra flere kilder, og virksomhederne skal bruge betydelige ressourcer på netop dette, og det kan være uoverskueligt for virksomhederne at arbejde med scope 3, hvilket forstærkes af, at flere virksomheder ikke oplever en efterspørgsel efter produkter, hvor scope 3 emissionerne er så lave som muligt. I stedet indgår de i ren priskonkurrence. Derudover skal SMV'er kun opgøre deres scope 1 og 2 emissioner, hvis de vil have deres data tredjepartsvalideret (se næste kapitel angående tredjepartsverificering). I lyset af udfordringer med at opgøre scope 3 emissioner, den manglende efterspørgsel efter produkter med lavt scope 3 aftryk, og at det ikke er et krav for at få tredjepartsverificeret sine klimamål, viser figur 14, at mange virksomheder fortsat arbejder aktivt med scope 3 emissioner. Det afstedkommes af en forventning om, at mange virksomheder ser det som et samfundsansvar at reducere deres scope 3 emissioner, og at de forventer, at deres kunder kommer til at efterspørge data for scope 3 emissioner inden for en kortere årrække.

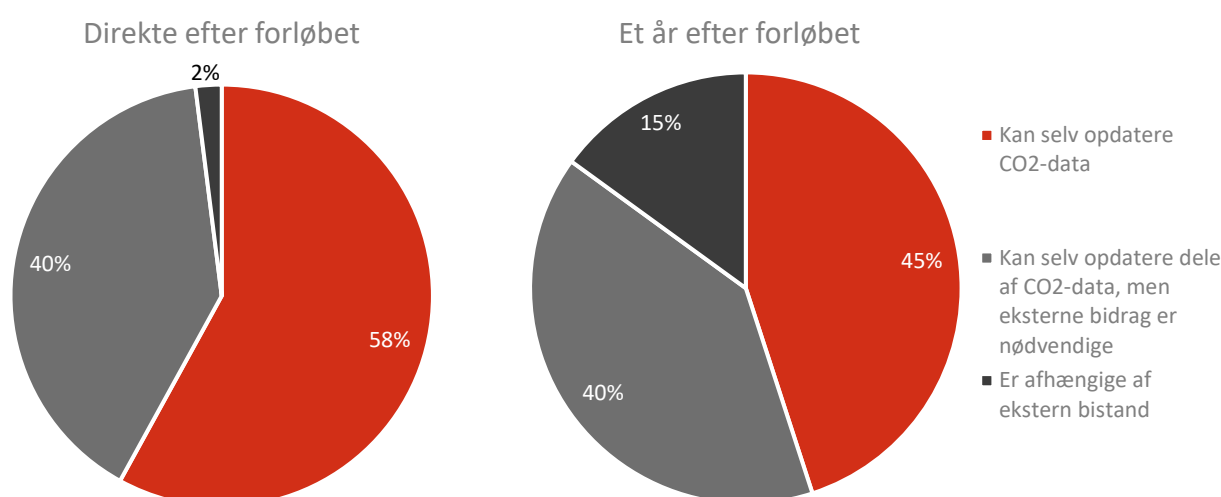
FIGUR 14: HVOR MANGE VIRKSOMHEDER KENDER DERES SCOPE 3 EMISSIONER?



Kilde: Axcelfuture

For at en virksomhed kan have kendskab til deres CO₂-emissioner, er de nødt til at bruge ressourcer på at indhente CO₂-data. Langt hovedparten af de deltagende virksomheder er i stand til at opdatere CO₂-data selv (45%) eller med mindre eksterne bidrag (40%), mens kun en relativt lille del er helt afhængige af ekstern bistand (15%), jf. figur 15. Det skyldes, at klimadagsordenen for mange virksomheder er central, hvorfor de har enten har rekrutteret en eller flere medarbejdere til at arbejde med bæredygtighed eller har kompetenceudviklet deres eksisterende medarbejdere. Dette er imidlertid en stigning i antallet af virksomheder, som er afhængige af ekstern bistand fra 2% efter Klimaklar SMV til 15% nu. Stigningen skyldes formentlig, at mange af virksomhederne fik opbygget kompetencer til at opdatere deres CO₂-data i forbindelse med Klimaklar SMV, men at nogle af virksomhederne siden har mistet kompetencer, fx på grund af udskiftning af medarbejdere.

FIGUR 15: VIRKSOMHEDERNES KOMPETENCER TIL OPDATERING AF CO₂-DATA



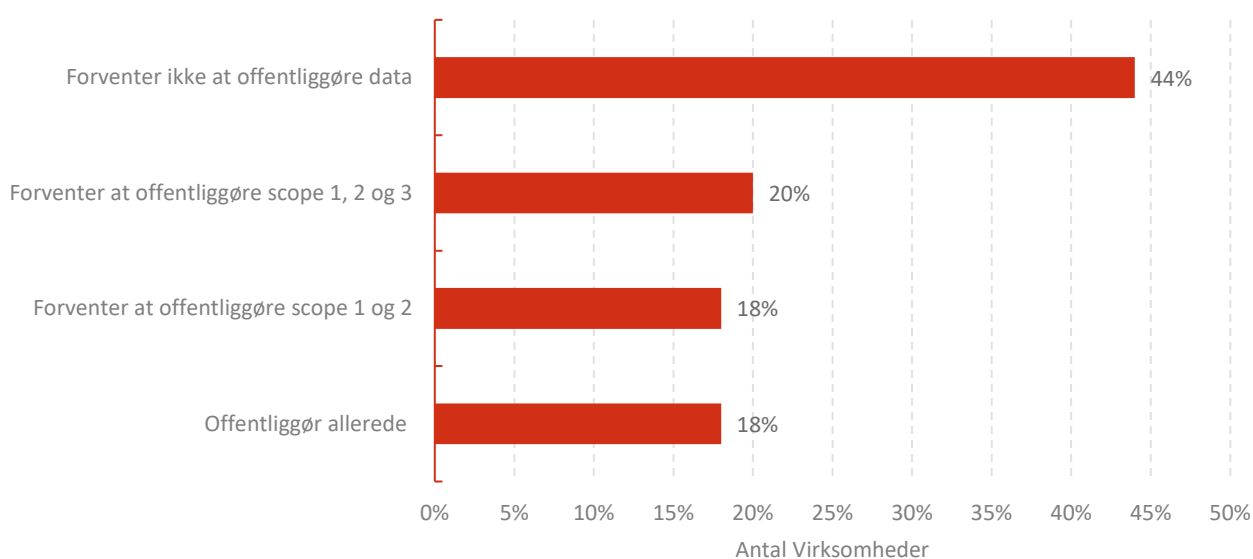
Kilde: Axcelfuture og Evalueringsnotat for Klimaklar SMV udarbejdet af Plus

Det er imidlertid kun 54% af virksomhederne, som offentliggør CO₂-data, jf. figur 16. Det gøres typisk ved enten

at skrive et nøgletal på hjemmesiden eller skrive inden i en bæredygtighedsrapport. Dette kan virke som et forholdsvis lavt tal, når 75% ligger inde med data for CO₂-emissioner og 86% af virksomhederne har kompetencerne til helt eller delvist selv at opdatere data. Det er imidlertid positivt, at mange virksomheder forventer at offentliggøre CO₂-data, på trods af de datamæssige udfordringer, som nogle virksomheder oplever.

Den typiske årsag til, at virksomhederne ikke offentliggør deres klimadata er, at virksomhederne ikke synes, at kvaliteten af data er god nok til, at de vil lægge det ud offentligt. Det skyldes ofte, at de emissionsfaktorer, som ligger til grund for virksomhedernes CO₂-data, er gennemsnitlige, og derfor ikke altid er retvisende for virksomhedernes CO₂-aftryk. Der er dog flere virksomheder, som udleverer deres CO₂-regnskaber ved forespørgsel, så kunderne kan få indsigt i det. For de andre virksomheder, som ikke offentliggør CO₂-data, bruges data internt som styringsværktøj for klimastrategier.

FIGUR 16: OFFENTLIGGØRELSE AF KLIMADATA



Kilde: Axcelfuture

Nogle virksomheder oplever også en udfordring i, at deres CO₂-emissioner pr. produceret enhed, dvs. på produktniveau, falder, som følge af initiativer til fx at reducere materialeforbruget. I det samlede klimaregnskab for virksomheden oplever de imidlertid, at emissioner ikke falder eller måske endda stiger, som følge af vækst. Fælles for disse virksomheder er, at de generelt set har svært ved at opgøre CO₂-aftrykket på produktniveau præcist nok til, at de vil offentliggøre det, og derfor afstår fra at offentliggøre det.

CASE 3: AMMERAAL BELTECH MODULAR A/S – KLIMA SOM RYGRAD I VIRKSOMHEDSKULTUREN

Ammeraal Beltech Modular A/S er en dansk virksomhed, som producerer transportbånd til en række industrier fx lufthavne, fødevarerindustrien, tekstilindustrien, maskinindustrien, mv. De er en del af den internationale koncern Ammega, der er verdens største leverandør af transportbånd, drivremme m.m. Ammeraal Beltech Modular A/S beskæftiger ca. 183 medarbejdere i Danmark og har kunder i 150 lande.

Ammeraal Beltech Modular A/S adskiller sig fra andre virksomheder, vi har talt med, ved, at de arbejder målrettet med at danne en virksomhedskultur omkring klimadagsordenen. Dette er blandt andet gjort ved, at alle medarbejdere opfordres til at komme med forslag til, hvordan virksomhedens CO₂-aftryk kan reduceres, og alle forslag forelægges ledelsen. Forslagene målrettes især scope 1 og 2 emissioner, da medarbejdernes forslag ofte dannes på baggrund af deres daglige arbejde.

Det er ikke kun scope 1 og 2 emissioner, som Ammeraal Beltech Modular A/S har en strategi for at reducere. 91% af deres emissioner er i scope 3 gennem deres materialeforbrug, som overvejende er plastik. Derfor arbejder de målrettet med reduktion af scope 3 emissioner, idet scope 3 giver den største klimamæssige effekt. De har især to fokusområder for at reducere deres scope 3 emissioner.

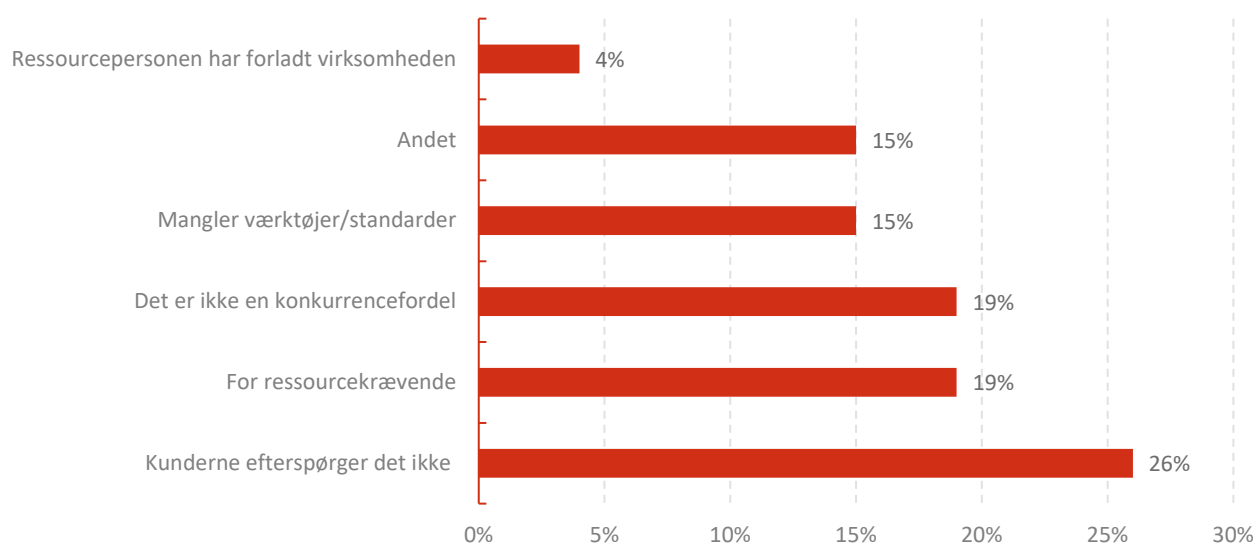
Det første fokusområde er at skifte deres ethanol ud med bioethanol til brug ved fremstillingen af råvaren POM, en plasttype, der er den primære råvare. Bioethanol har et CO₂-aftryk på nul, men koster ca. dobbelt så meget som kemisk fremstillet ethanol, hvorfor råvaren er væsentlig dyrere. Dermed kan kunderne tilbydes produkter med et CO₂ aftryk der er reduceret med mere end 60%.

Det andet fokusområde omhandler genbrug af deres materialer. Her forsøger Ammeraal Beltech Modular A/S at producere nye produkter af 100% genanvendt internt plastaffald og dermed kunne tilbyde produkter med mere end 80% reduceret CO₂-aftryk.

Barrierer for klimarapportering

Som tidligere nævnt, er der flere af de deltagende virksomheder, som ikke arbejder med at opgøre deres CO₂-data eller ikke offentliggør det. Det skyldes primært tre udfordringer, jf. figur 17. For det første oplever flere virksomheder, at der ikke er en efterspørgsel efter grønne produkter. Det kan fx skyldes, at en virksomhed leverer nogle komponenter, som kun udgør en meget lille andel af det færdige produkt, som deres kunde producerer. Derfor ligger kundens fokus et andet sted i forhold til at reducere sine scope 3 emissioner, og de vil typisk holde omkostningerne nede på komponenter, som de ikke har fokus på. I forlængelse af denne problematik kommer den anden udfordring, at virksomhederne ikke ser det som noget, de kan differentiere sig på i forhold til deres konkurrenter, og derfor er det ikke en konkurrencefordel. Det kan fx være, at alle virksomheder køber deres stål fra de samme virksomheder, hvorfor deres scope 3 emissioner er mere eller mindre ens. Den tredje udfordring er, at det er ressourcekrævende at indhente CO₂-data og efterfølgende vedligeholde det. Mange virksomheder er på et stadie, hvor indsamlingen af CO₂-data stadig er manuel, og selvom nogle virksomheder arbejder med at digitalisere processen, så kræver det, at en virksomhed kan afsætte ressource til formålet ud af den ordinære drift.

FIGUR 17: BARRIERER FOR VIRKSOMHEDERNE I FORHOLD TIL KLIMARAPPORTERING



Note: Denne figur indeholder kun data for virksomheder, som ikke laver klimarapportering.

Kilde: Axcelfuture

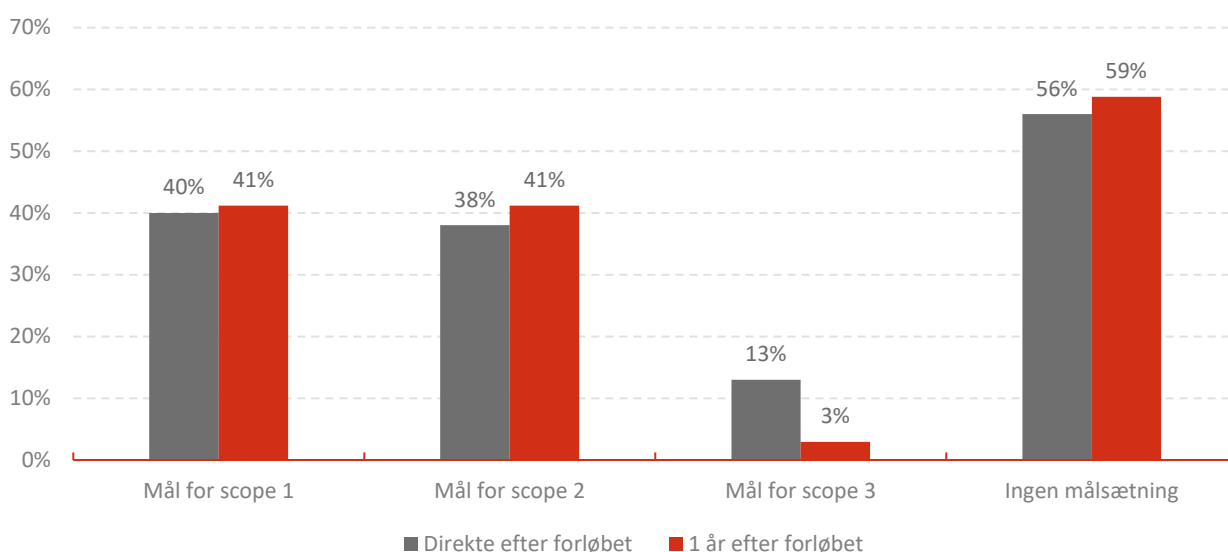
Det er også blevet fremhævet, at flere virksomheder savner standarder inden for, hvordan CO₂ skal opgøres, så virksomhederne kan være sikre på, at de arbejder i overensstemmelse med anerkendte metoder, og at data er sammenlignelige på tværs af virksomheder. Denne problematik er kendt fra andre sammenhænge og skyldes, at der er en række forskellige måder at lave beregninger af CO₂-aftryk på. Det er imidlertid ikke noget, som på nuværende tidspunkt direkte afholder virksomheder fra at lave klimarapportering.

KLIMAMÅLSÆTNINGER

Flere af de deltagende virksomheder har en konkret klimamålsætning for reduktion af CO₂-emissioner. Klimamålsætninger dækker over virksomhedernes mål for at reducere deres CO₂-emissioner inden for en given periode. Det gøres ud fra et basisår, som er udgangspunktet CO₂-målingerne, samt et målår, typisk 2030, hvor virksomheden fx har reduceret sine scope 1 og 2 emissioner med 70% i forhold til udledningerne i basisåret.

Siden Klimaklar SMV er der sket en klar forskydning væk fra scope 3 målsætninger, hvor 3% af de deltagende virksomheder i dag har konkrete målsætninger mod 13% umiddelbart efter forløbet, jf. figur 18. Dette kan fremstå som om, at virksomhederne ikke vil arbejde med at reducere scope 3 emissioner. Det er imidlertid ikke tilfældet. Som tidligere nævnt har mange virksomheder store udfordringer med at igangsætte initiativer, som skal nedbringe scope 3 emissioner. Derfor skal dette nok nærmere ses som et udtryk for realisme hos virksomhederne, idet det for mange SMV'ers vedkommende vil være svært at reducere deres scope 3 emissioner væsentligt på kort sigt.

Målsætninger til reduktion af scope 1 og 2 er ikke faldet, men ligger på cirka samme niveau, som efter Klimaklar SMV. Det indikerer, at virksomhederne fortsat har samme tilgang til reduktioner af de emissioner, som de selv kan påvirke.

FIGUR 18: MÅLSÆTNINGER HOS VIRKSOMHEDERNE

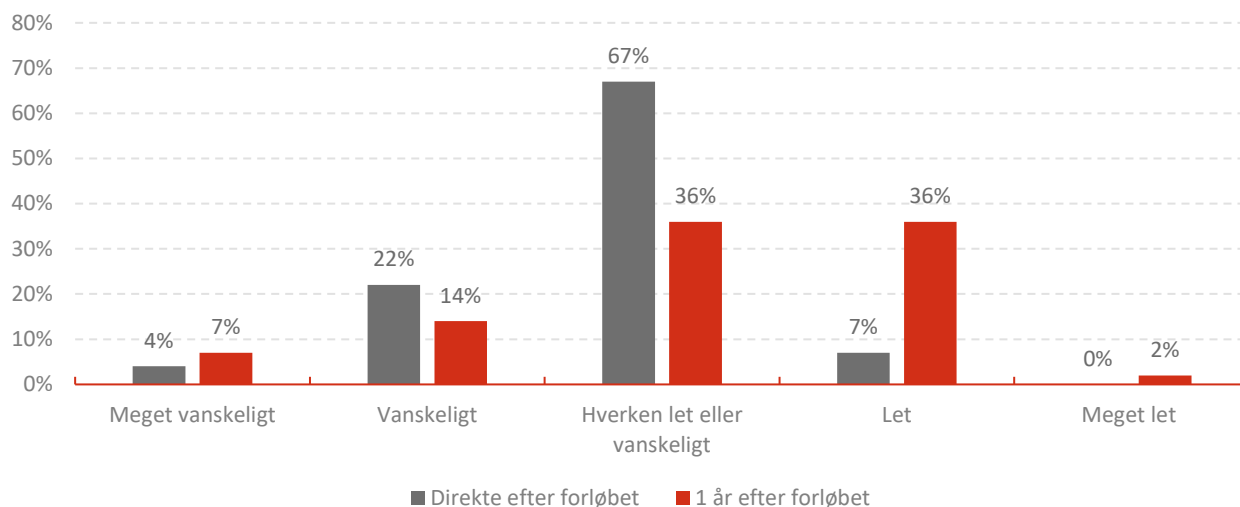
Note: procentsatserne summerer ikke til 100, da en virksomhed med målsætninger i flere scopes, vil være repræsenteret i flere søjler.

Kilde: Axcelfuture og Evalueringsnotat for Klimaklar SMV udarbejdet af Plus

Adspurgte hvordan virksomhederne selv vurderer deres muligheder for at realisere deres målsætninger, vurderer 38%, at det enten bliver let eller meget let, jf. figur 19. Det skyldes, at mange virksomheder kommer til at blive forsynet med helt grøn strøm frem mod 2030, ligesom mange virksomheder får skiftet varmekilde væk fra fossile kilder som naturgas og oliefy. Dette er et markant skifte fra situationen umiddelbart efter Klimaklar SMV, hvor kun 7% vurderede, at det ville blive let at realisere deres målsætning, og ingen vurderede, at det ville blive meget let. Det skyldes formentlig, at virksomheder først efterfølgende har opdaget, hvor meget samfundets generelle omlægning af energiproduktionen betyder for deres scope 1 og 2 emissioner. Skiftet har også gjort, at gruppen af virksomheder, som mener, at det hverken er vanskeligt eller let er mere end halveret, og virksomheder, som vurderer, at det er vanskeligt at realisere deres målsætninger, er faldet fra 22% til 14%. En del af dette kan også forklares af, at virksomheder, med konkrete målsætninger inden for scope 3 er forsvundet, hvilket alt andet lige vil gøre det lettere at realisere en klimamålsætning. Det afspejler formentlig også, at de værktøjer, som virksomhederne fik som følge af deres deltagelse i Klimaklar SMV, giver virksomhederne bedre mulighed for at realisere deres målsætninger.

Gruppen af virksomheder, som vurderer, at det er meget vanskeligt at realisere deres klimamålsætninger er imidlertid vokset fra 4% til 7%. Det skyldes, at virksomhederne er afhængige af kunne bruge inputs i deres produktion, som er vanskelige at erstatte med grønne alternativer. Et eksempel herpå er naturgas til forarbejdning af materialer, som for nogle virksomheders vedkommende er nødvendig for at opretholde kvaliteten i deres produkter. Denne udfordring er formentlig blevet tydeligere for virksomhederne efter de har lagt strategier for deres målopfølgelse.

FIGUR 19: VIRKSOMHEDERNES EGNE VURDEIRINGER AF MULIGHEDEN FOR AT REALISERE DERES KLIMAMÅLSÆTNINGER



Note: Det er kun virksomheder, som har en konkret klimamålsætning, der indgår i disse figurer.

Kilde: Axcelfuture og Evalueringsnotat for Klimaklar SMV udarbejdet af Pluss

CASE 4: MOUNTAIN TOP DENMARK A/S – PÅ FORKANT MED BILINDUSTRIENS KLIMAKRAV

Mountain Top er en markedsledende leverandør til den globale bilindustri inden for design og fremstilling af udstyr til pickup trucks. Deres samarbejdspartnere og kunder udgør en række af de førende bilproducenter i verden, heriblandt Ford, Toyota og Hyundai. De har hovedkontor i Danmark og derudover produktion og salgskontorer i Thailand og USA, samt produktudvikling i Australien. På globalt plan beskæftiger Mountain Top 350 medarbejdere.

Et øget klimafokus hos Mountain Top har skabt nye og bedre løsninger. Efter Mountain Top's deltagelse i Klimaklar SMV, er de blevet i stand til at identificere en række muligheder for at opnå en mærkbar reduktion i scope 3, hvor hovedvægten af deres emissionsudledning findes.

Det har blandt andet ført til udvikling og lancering af nye og mere bæredygtige produkter, hvilket indebærer et strategisk og målrettet samarbejde med deres leverandører om at nedbringe klimaaftrykket yderligere. Indarbejdelsen af klimapåvirkning og bæredygtighed er dermed blevet en integreret del af Mountain Top's business cases og forretningsplan.

Mountain Top's ambition er fortsat at være på forkant med bilindustriens klimakrav, da det er deres klare forventning, at det i fremtiden vil blive et konkurrenceparameter at kunne producere produkter med lave klimaaftryk.

Figur C4 Rullelåg fra Mountain Top Denmark A/S



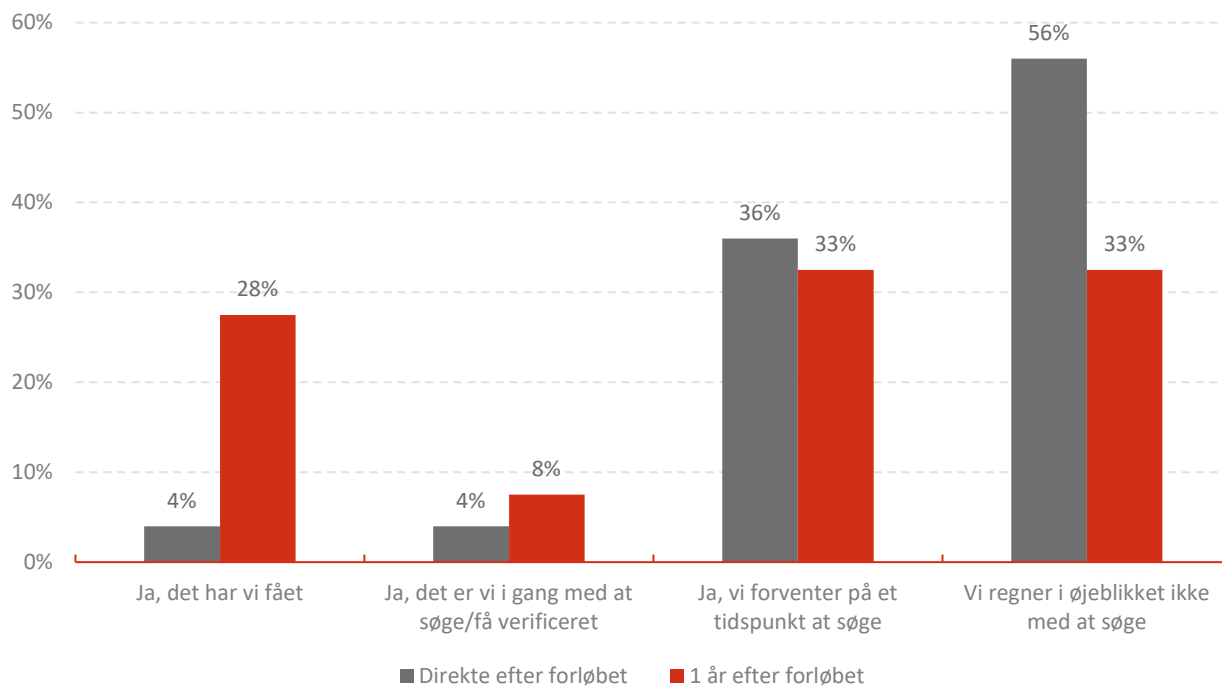
Kilde: Mountain Top

Tredjepartsverificering

Faldet i scope 3 målsætninger og et nogenlunde konstant niveau i scope 1 og 2 målsætninger kan være et udtryk for, at flere virksomheder enten overvejer eller allerede har søgt tredjepartsverificering af deres klimaregnskaber

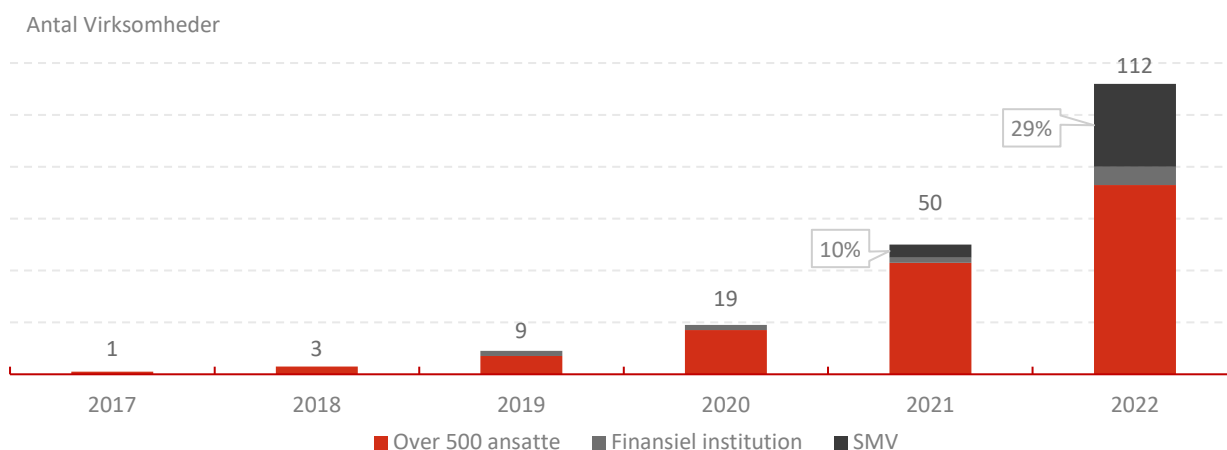
og -målsætninger. Siden virksomhedernes medvirken i Klimaklar SMV, har det været en syvfoldning i andelen af virksomheder, som har fået tredjepartsverificeret deres CO₂-regnskaber, ligesom der også er sket en fordobling i andelen af virksomheder, som er i gang med at få tredjepartsverificering, jf. figur 20. Alle på nær en virksomhed retter sig mod Science Based Targets initiativet (SBTi). SBTi er beskrevet i boks 1 i indledningen.

FIGUR 20: TREDJEPARTSVERIFICERING AF KLIMAREGNSKABER



Kilde: Axcelfuture og Evalueringsnotat for Klimaklar SMV udarbejdet af Plus

Udviklingen i tredjepartsverificeringer i danske SMV'er er i tråd med den generelle udvikling antallet af virksomheder, som tilslutter sig SBTi i Danmark, jf. figur 21. Således er næsten hver tredje SBTi-godkendte virksomhed i Danmark i dag en SMV, hvilket er væsentlig over det globale gennemsnit på ca. 17%. Det viser, at de danske virksomheder er villige til at sætte sig bindende og ambitiøse mål for CO₂-reduktioner, samt at den førte klimapolitik gør det muligt for virksomhederne, at arbejde målrettet med klimainitiativer.

FIGUR 21 ANTALLET AF DANSKE SBTi TILSLUTTEDE VIRKSOMHEDER

Note: Data for 2022 indeholder er kun fra 1. januar til 30. september.

Kilde: SBTi and Axcelfuture

Denne udvikling har flere rødder. For det første oplever stadig flere virksomheder, at deres kunder efterspørger tredjepartsvaliderede CO₂-regnskaber, fordi kunderne selv skal kunne redegøre for deres scope 3 emissioner. For det andet er det forholdsvis let for mange SMV'er at leve op til kravene i forhold til at få tredjepartsverificering af deres CO₂-målsætninger. For det tredje er der nogle virksomheder, som ser det som en blåstempling af deres klimaindsats. For det fjerde er der mange virksomheder, som har en forventning om, at tredjepartsverificering kommer til at være vigtigt i deres branche, selvom det ikke er det på nuværende tidspunkt. Derfor vil de gerne være på forkant samt have muligheden for at blive firstmovers, når efterspørgslen kommer.

CASE 5: FLOWCON INTERNATIONAL A/S – EN SMV I SCIENCE BASED TARGETS

FlowCon International ApS er en virksomhed inden for produktionen af ventiler til styring af varme- og kølesystemer. I Danmark, hvor deres hovedkontor og danske produktion ligger, beskæftiger de ca. 40 medarbejdere, men har også kontorer i USA, Singapore, Dubai og Kina.

FlowCon International ApS har 99% af deres udledninger i scope 3 på grund af deres materialer, idet de bruger messing og støbejern til deres ventiler. Derfor har FlowCon International ApS igangsat en række initiativer til at nedbringe deres scope 3 emissioner. Dette indebærer re-designe produkter for at reducere mængden af materialer, starte op på forhandling med leverandører omkring klimaftryk og grønne certificeringer, samt indkøbt maskiner, så de kan producere mere selv, og derved styre CO₂-aftrykket.

Fokus ligger imidlertid ikke kun på scope 3. I forhold til scope 1, har FlowCon International ApS overvejet udfasning af gas og i stedet få en varmepumpe, ligesom de har tanker om at opstille et solcelleanlæg, så de kan få en egenproduktion af grøn strøm, udskiftning af lyskilde til LED, mv. Det hjælper dels med at sænke deres energiforbrug, men det gør også, at FlowCon International ApS vil have væsentligt lavere scope 2 emissioner i fremtiden.

FlowCon International ApS blev tilmeldt SBTi i 2021, med en målsætning om at reducere deres scope 1 og 2 udledninger 30% i fra 2018 frem mod 2030. Dermed var FlowCon International ApS en af de første danske SMV'er til at tilslutte sig SBTi og allerede på et tidligt tidspunkt vise, at en SMV kan tage grønt ansvar.