



Ingela Hemming, SEB:s företagarekonom

Måndag den 3 september 2007

SEB:s Företagarpanel:

Småföretagare starkt engagerade i klimatfrågan

– en tredjedel uppfattar klimatdebatten som positiv för verksamheten

SEB startade sommaren 2006 en företagarpanel för att öka kunskapen om företagares villkor inom olika områden. Panelen vänder sig till företrädare för mindre och medelstora företag. Den senaste panelomgången, som genomfördes mellan 23 maj och 12 juni 2007, behandlar bland annat hur små- och medelstora företag ser på klimat- och miljöfrågor. Totalt har ca 730 företagare deltagit i undersökningen.

Några slutsatser:

Resultaten visar på ett stort engagemang bland de svarande, och en generellt positiv inställning till den pågående klimatdebatten.

- 73 procent av de tillfrågade känner ganska eller mycket stort engagemang i klimatfrågan och 33 procent tror att klimatdebatten kommer att påverka företagsverksamheten positivt. Bland företag med fler än 50 anställda svarar hela 82 procent att de känner ganska eller mycket stort engagemang.
- 23 procent av företagarna tror att deras produkter/tjänster kan bidra positivt till klimatfrågans lösning, och 17 procent uppskattar att klimatdebatten kommer att öka efterfrågan på deras produkter/tjänster.
- 30 procent av de tillfrågade befarar högre transportkostnader som ett resultat av klimatdebatten och 13 procent tror att kostnaderna för vissa insatsvaror kommer att öka.
- 24 procent av de tillfrågade uppger att miljöarbetet i företaget i första hand drivs på av nya lagar och regler; 19 procent uppger att det är kunderna som påverkar omfattningen på miljöåtgärderna och 13 procent anger nya affärsmöjligheter som den viktigaste drivkraften.
- På frågan om kundernas efterfrågan har förändrats som ett resultat av klimatdebatten svarar 22 procent att de upplevt ökade krav på produkter/tjänster med hänvisning till klimatdebatten.
- 46 procent av de tillfrågade har en miljöpolicy, men bara 3 procent redovisar regelbundet sina koldioxidutsläpp. I företag med tio anställda och uppåt är det över 60 procent som har en utarbetad miljöpolicy.
- Bara 7 procent uppger att klimatdebatten kommer tvinga dem att fasa ut vissa tjänster/produkter; siffran är dock väsentligt större i företag med över 50 anställda, där hela 63 procent av de tillfrågade tror att vissa produkter/tjänster kommer att fasas ut.

Ingela Hemming, SEB:s företagarekonom, kommenterar resultaten:

– Det är påfallande hur många av de små- och medelstora företagen som ser klimatfrågan som en möjlighet. En tredjedel svarar att klimatdebatten totalt sett påverkar dem positivt, bara 6 procent uppger att det påverkar dem negativt.

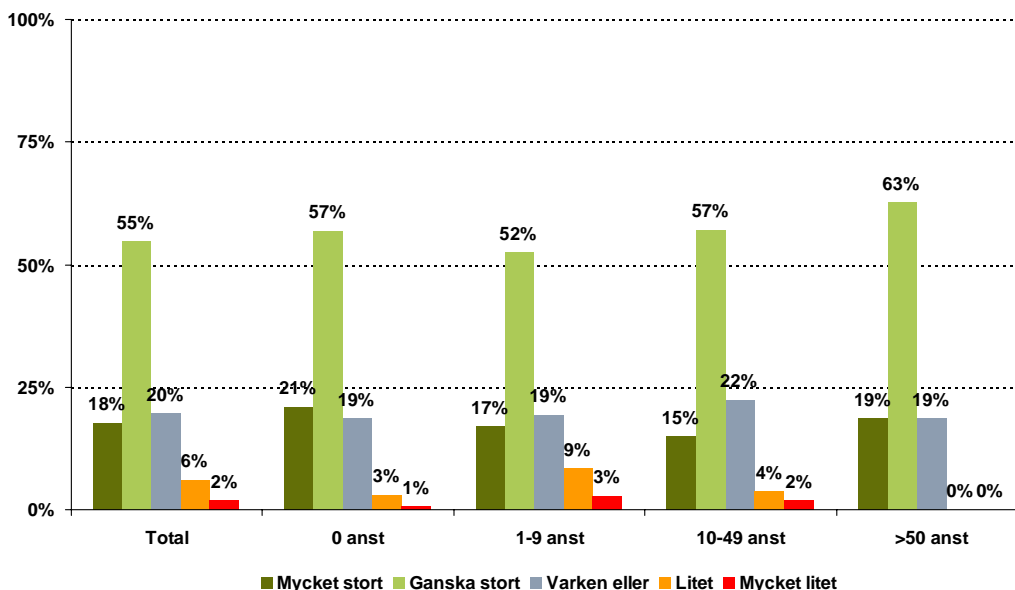
– Nästan en femtedel ser en ökad efterfrågan på sina varor och tjänster som ett resultat av klimatdebatten, vilket ligger i linje med bilden av Sverige som ledande producent av klimatfrämjande produkter. Här finns naturligtvis en stor potential som det gäller att ta vara på.

Stort miljöengagemang hos småföretagarna

Den senaste tiden har debatten kring klimatförändringarna och den globala uppvärmningen varit mycket intensiv. I medierna har fokus oftast varit på hur de större företagen agerar i frågor som rör miljön och klimatpåverkan. Därför har nu SEB:s företagarekonom Ingela Hemming frågat ca 730 små- och medelstora företagare¹ om deras syn på den pågående klimatdebatten. Resultaten visar på ett stort engagemang bland de svarande, och en generellt positiv inställning till ökat fokus på klimatfrågan.

Ju större företagen blir i termer av antal anställda, desto större är engagemanget i klimatfrågan. Det är visserligen något fler bland enmansföretagarna som känner stort engagemang i klimatfrågan, 21 procent jämfört med 19 procent bland företagen med fler än 50 anställda; men hela 63 procent av de sistnämnda uppger att de känner ett ganska stort engagemang.

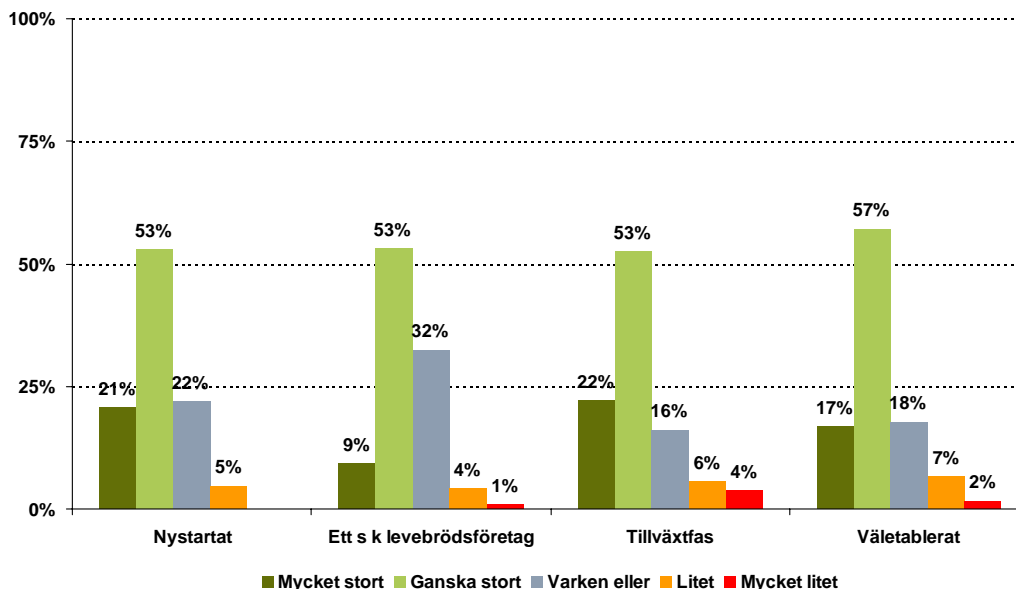
Graf 1: Hur stort engagemang känner du i klimatfrågan? Uppdelat på antal anställda



¹ Vi definierar mikroföretag som företag med färre än 10 anställda; småföretag som företag med färre än 50 anställda; samt medelstora företag som företag med färre än 250 anställda.

Andelen av företagarna som känner mycket stort engagemang i klimatfrågan är störst bland tillväxtföretagare och nystartade företagare, 22 respektive 21 procent.

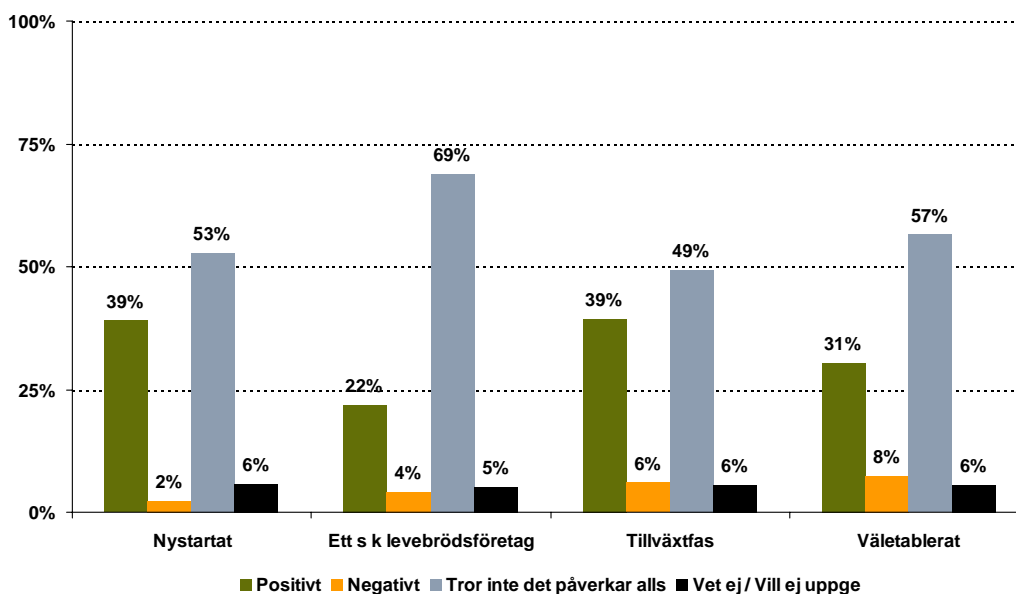
Graf 2: Hur stort engagemang känner du i klimatfrågan? Uppdelat på företagsfas



Nystartade företag och tillväxtföretag är mest positiva till klimatdebatten

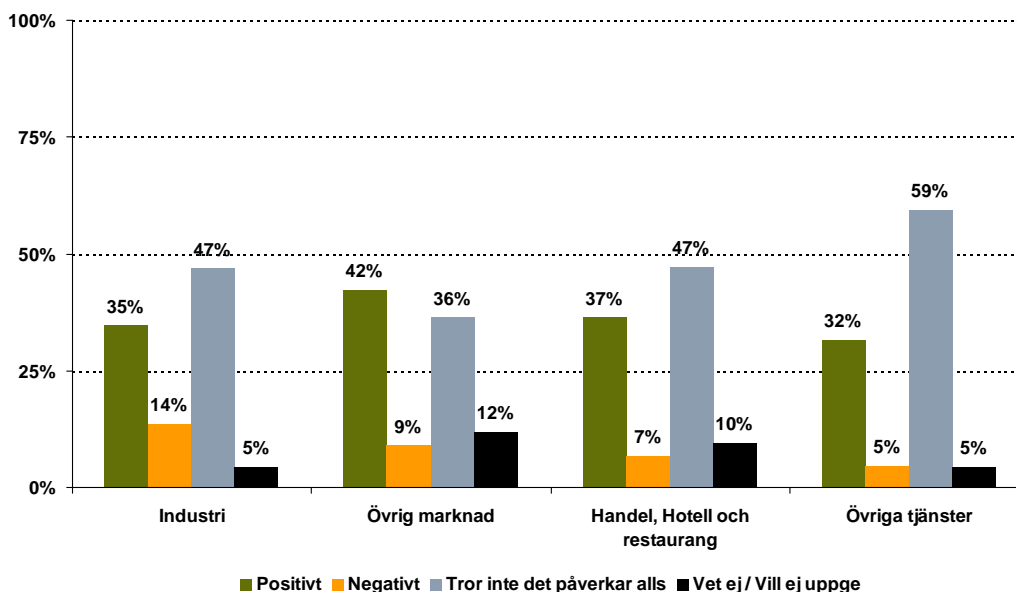
Det är även intressant att notera att både nystartade företag och tillväxtföretag är de som i störst utsträckning uppger att klimatdebatten påverkar deras företag på ett positivt sätt. Uppenbarligen har de hittat affärsidéer där klimatfrågan innebär möjligheter för det egna företaget.

Graf 3: Totalt sett, hur tror du att klimatdebatten påverkar ditt företag? Uppdelat på företagsfas



Andelen företagare som tror att klimatdebatten påverkar företaget positivt är större bland de medelstora företagen, 49 procent, jämfört med 31 procent bland enmansföretagarna. När det gäller branscher² så är det framför allt företagare inom "Övrig marknad" som uppger att klimatdebatten påverkar deras företag positivt – 42 procent uppger detta. Eftersom både energiföretag och jordbruksverksamhet ryms inom övrig marknad är det inte så förvånande att dessa företagare ser framtida möjligheter för sina företags utveckling kopplat till klimatdebatten.

Graf 4: Totalt sett, hur tror du att klimatdebatten påverkar ditt företag? Uppdelat på bransch

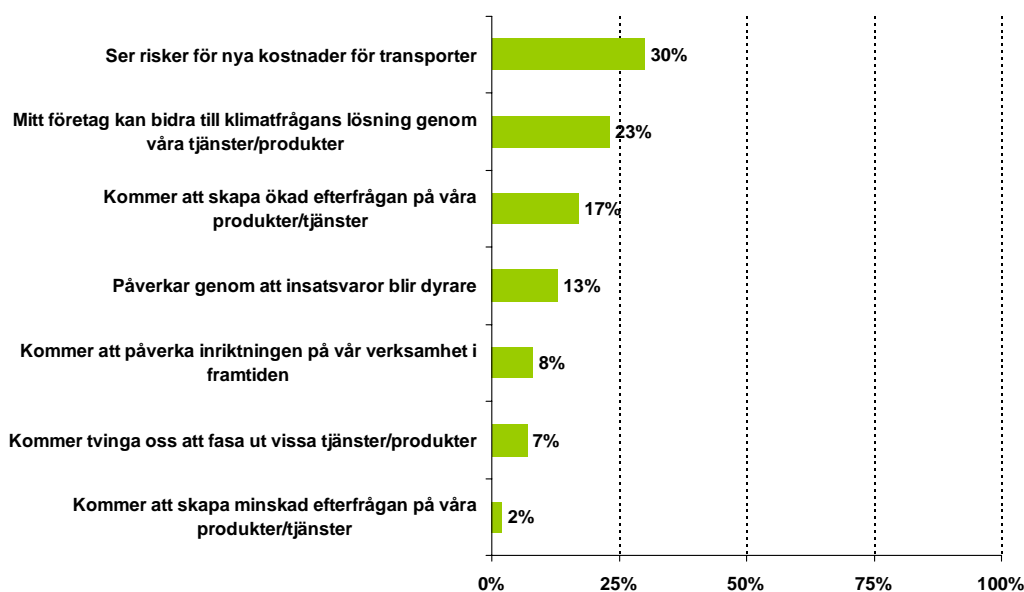


Många tror att de kan bidra till klimatfrågans lösning

Bland de tillfrågade är det totalt sett 23 procent som uppger att deras företag kan bidra till klimatfrågans lösning genom företagets produkter eller tjänster. 17 procent av företagarna svarar att klimatfrågans starka genomslag kommer att skapa ökad efterfrågan på företagets produkter eller tjänster. Samtidigt är det många, 30 procent, som ser risker för att klimatdebatten leder till nya kostnader för transporter. Även insatsvaror spås bli dyrare av 13 procent av de tillfrågade.

² Vår branschindelning är: industri; övrig marknad (jordbruk, jakt, skogsbruk och fiske; utvinning av mineral; el-, gas-, värme- och vattenförsörjning samt byggverksamhet); handel, hotell och restaurang; samt övriga tjänster (transport, magasinering och kommunikation; finansiell verksamhet; fastighets- och uthyrningsverksamhet; utbildning; hälsa och sjukvård samt övriga tjänster).

Graf 5: Hur påverkas ditt företag av klimatfrågans starka genomslag?

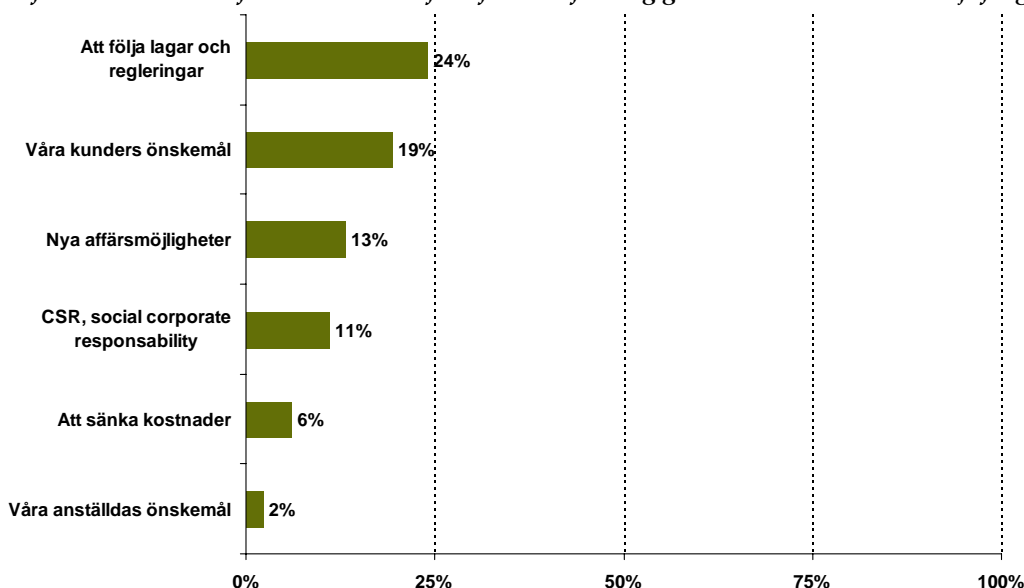


När det gäller effekterna av klimatdebatten är det relativt stora skillnader beroende på företagets storlek. Bland enmansföretagarna uppger endast 4 procent att de kommer att tvingas fasa ut vissa produkter eller tjänster, medan så många som 63 procent av de medelstora företagen uppger att de kommer att behöva göra detta. Det är också betydligt fler, 30 procent, bland de medelstora företagen som uppger att de kommer att påverkas genom att insatsvarorna blir dyrare – mot 11 procent bland enmansföretagarna. Samtidigt uppger 35 procent av de medelstora företagen att deras företag kan bidra till klimatfrågans lösning genom deras produkter eller tjänster, medan motsvarande siffra för småföretagarna är 25 procent.

Nystartade företag drivs av nya affärsmöjligheter

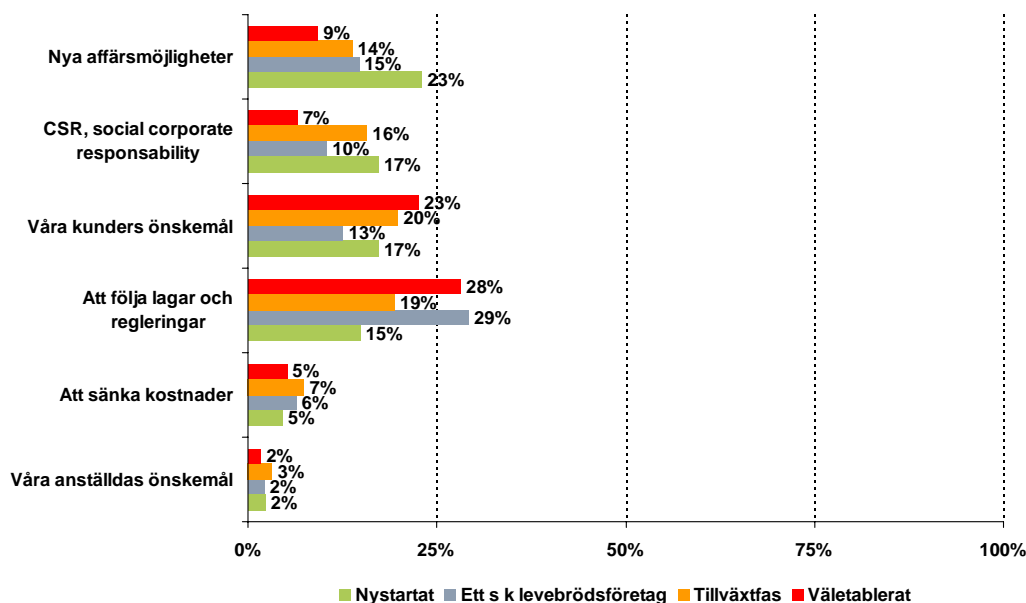
Generellt sett drivs företagen främst av att följa lagar och regler gällande arbetet med miljöfrågor. Men andra viktiga drivkrafter är kunders önskemål samt nya affärsmöjligheter.

Graf 6: Vilken är den främsta drivkraften för ditt företag gällande arbetet med miljöfrågor?



Företagarna i nystartade företag ser fler affärsmöjligheter än övriga företagare och ser också CSR, corporate social responsibility, som en stark drivkraft. Väletablerade företagare drivs i stor utsträckning av att uppfylla sina kunders önskemål. Tillväxtföretag är däremot mer intresserade av att sänka sina kostnader jämfört med övriga företagare.

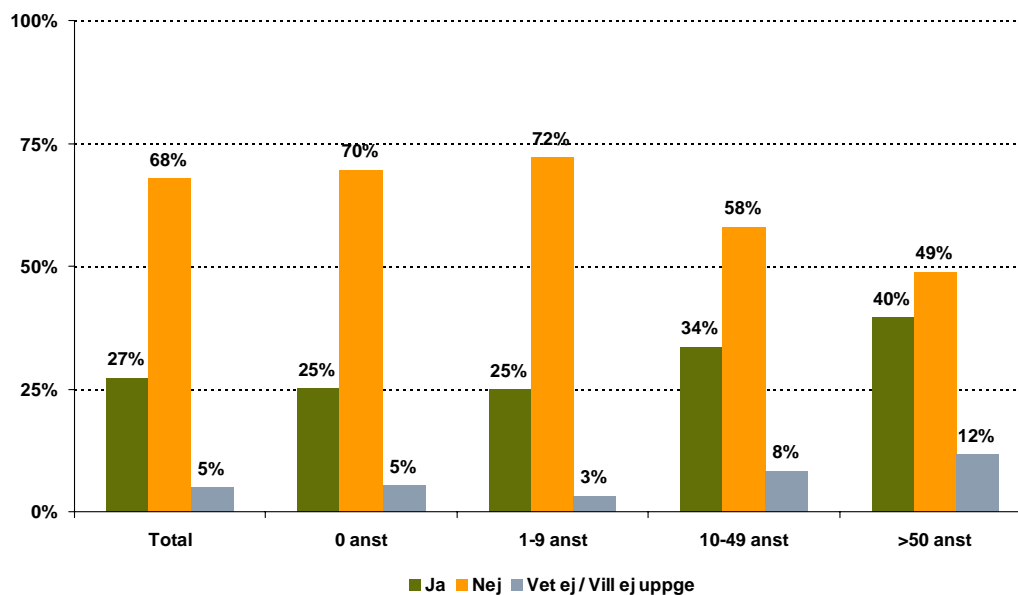
Graf 7: Vilken är den främsta drivkraften för ditt företag gällande arbetet med miljöfrågor? Uppdelat på företagsfas



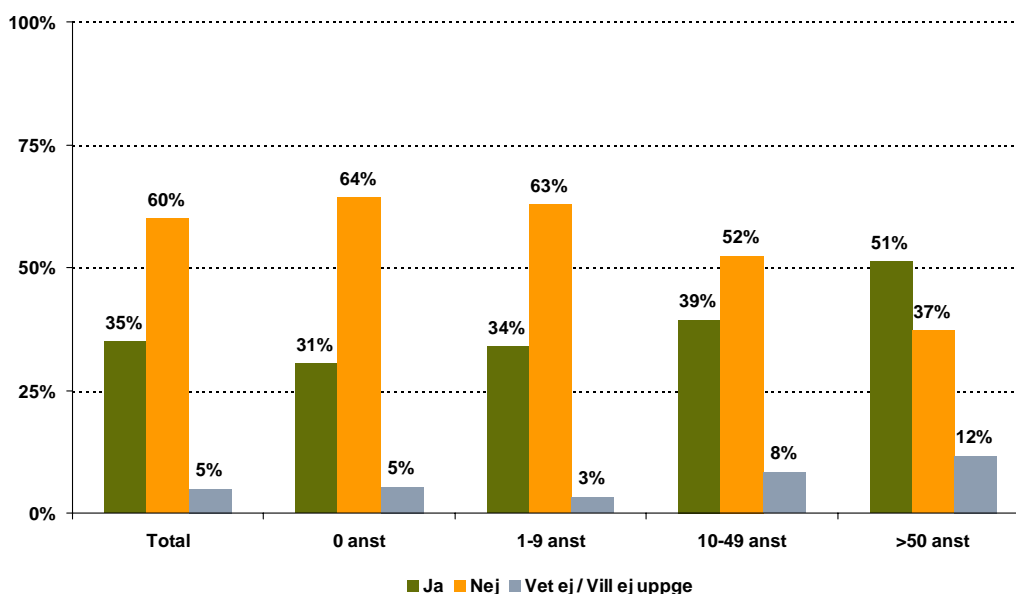
Nära samarbete med leverantörer och kunder gällande miljöfrågor

Kunderna ställer allt större krav på att företagen tar sitt ansvar gällande miljö- och klimatfrågor. 22 procent av företagarna i undersökningen upplever att företagets kunder ställer nya krav på produkter eller tjänster med hänvisning till klimatfrågan. Det är 27 procent totalt sett som samarbetar med kunder gällande miljöfrågor. Samarbeten med leverantörer gällande miljöfrågor är ännu vanligare – 35 procent av de tillfrågade svarar att de gör detta.

Graf 8: Samarbetar ni med kunder gällande miljöfrågor? Uppdelat på företagsstorlek



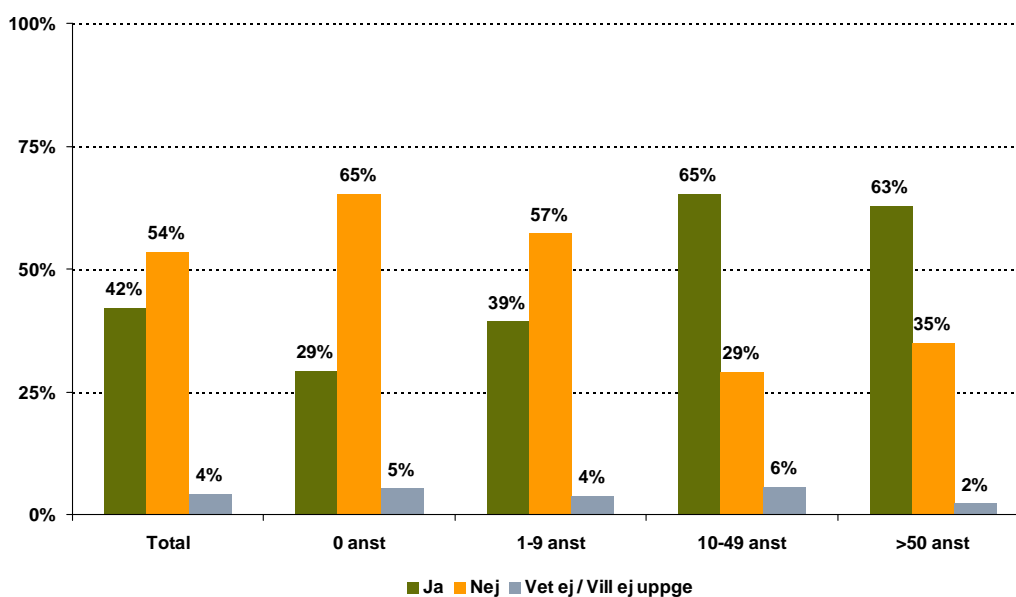
Graf 9: Samarbetar ni med leverantörer gällande miljöfrågor? Uppdelat på företagsstorlek



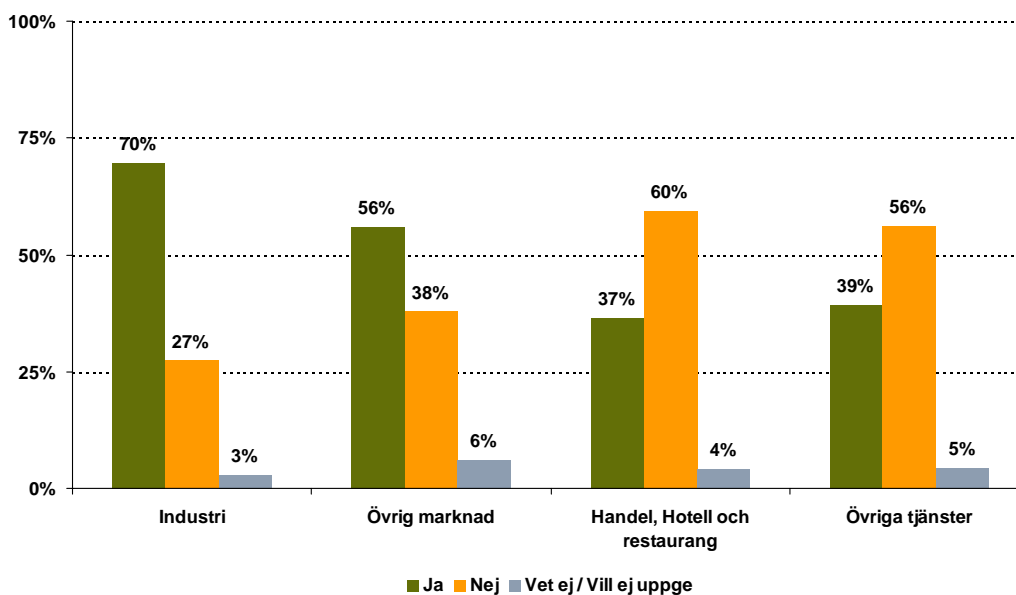
Många företag har en miljöpolicy, men få redovisar sina koldioxidutsläpp

Det är 42 procent av de tillfrågade som uppger att deras företag har en miljöpolicy. Bland de medelstora företagen är det 63 procent som uppger att de har en miljöpolicy, medan 29 procent av enmansföretagarna uppger att så är fallet. Det är betydligt vanligare att industriföretagare har en miljöpolicy, 70 procent, jämfört med företag inom tjänstesektorn. Föga förvånande är det en stor andel som har en miljöpolicy bland väletablerade företag, 50 procent. Bland nystartade företag har ändå så många som 32 procent en miljöpolicy, och bland tillväxtföretag ligger siffran på 44 procent.

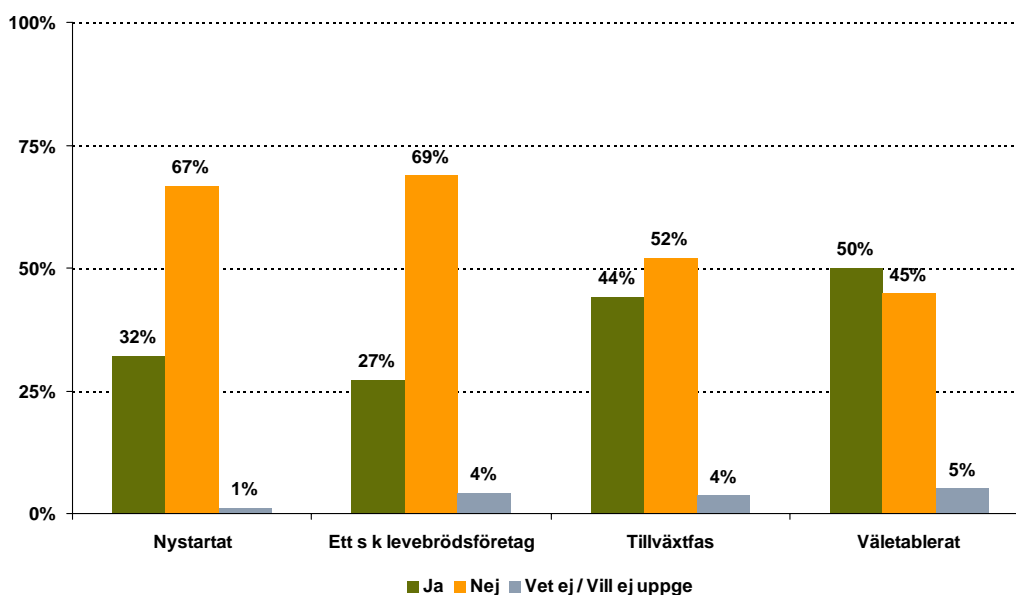
Graf 10: Har företaget en miljöpolicy? Uppdelat på företagsstorlek



Graf 11: Har företaget en miljöpolicy? Uppdelat på bransch



Graf 12: Har företaget en miljöpolicy? Uppdelat på företagsfas



Gällande redovisning av företagens koldioxidutsläpp är siffrorna dock betydligt lägre – endast 3 procent av de deltagande företagen uppger att de redovisar sina koldioxidutsläpp. 9 procent av de medelstora företagen redovisar sina koldioxidutsläpp mot 1 procent av enmansföretagen. 11 procent av industriföretagen redovisar sina koldioxidutsläpp.

Miljöredovisning, miljöcertifiering samt internt miljöarbete

Totalt sett är det 11 procent av företagen som gör en miljöredovisning. Bland de medelstora företagen är andelen betydligt högre – 33 procent, mot 3 procent av enmansföretagen och 9 procent bland mikroföretagen. Det är också 11 procent totalt sett som uppger att företaget har en miljöchef, andelen är högst bland industriföretagen där

26 procent uppger att de har en miljöchef. Totalt 16 procent har en miljöpolicy gällande företagets tjänstebilar, men bland de medelstora företagen är siffran hela 40 procent som uppger detta. 35 procent av de tillfrågade uppger att företaget bedriver ett internt miljöarbete av något slag.

Däremot är endast 6 procent av företagen miljöcertifierade enligt ISO 14001, och 1 procent är miljöcertifierade enligt EMAS. ISO 14001 är en internationellt erkänd standard för miljöledningssystem, medan EMAS (Eco Management and Audit Scheme) är en EU-förordning med regler för miljöledningssystemets utformning och innehåll. EMAS är baserat på ISO 14001, men ställer till skillnad från ISO krav på att företaget offentligt redovisar sitt miljöarbete. Miljöcertifiering enligt ISO 14001 är vanligare bland de medelstora företagen, 28 procent har gjort detta.

Övriga åtgärder som småföretagen planerar att genomföra

Vi har även låtit de tillfrågade uppge vilka övriga konkreta planer de har för att minska klimatpåverkan av företagets verksamhet. Några vanliga svar är att använda miljövänliga produkter och material, samt att arbeta mer elektroniskt. Många uppger också att de planerar att byta till miljöbil, minska resorna generellt sett och framför allt flygresorna, samt resa mer med kollektiva transportmedel. Fler telefonmöten minskar också antalet resor. Avfallssortering, källsortering, återvinning och minskad energiförbrukning är också vanliga åtgärder.

SEB:s FÖRETAGAREKONOM

Ingela Hemming

070-763 82 97

ingela.hemming@seb.se

www.seb.se/foretagarekonomen

SEB:s företagarekonom Ingela Hemming har i uppgift att vara språkrör i frågor som rör små- och medelstora företag. I rollen ingår att bevaka omvärlden utifrån små- och medelstora företags perspektiv för att kunna rapportera om viktiga händelser som berör företagets vardag. Utöver det ska SEB:s företagarekonom med kompetens och råd underlätta för företag att förbättra sin ekonomi och stärka sin konkurrenskraft.