

# Fellowwind

## **Fellowmind Rapport**

Undersøgelse om klimarapportering  
i danske produktionsvirksomheder

## Baggrund for undersøgelsen

I Fellowmind har vi forpligtet os, gennem vores Microsoft Pledge, til at hjælpe vores kunder, ikke alene med deres digitale transformation, men også at støtte dem i deres grønne omstilling. Vi er opsatte på at udnytte teknologi til at hjælpe vores kunder med at blive mere bæredygtige og bane vejen for den såkaldte 'tech-enabled sustainability'.

Sammen med vores kunder ser vi potentialet i omstillingen til en grønnere og mere inklusiv økonomi. Vores vision er at forstærke forholdet mellem digital og bæredygtig transformation. Det betyder, at vi kan levere efter vores mål, og at vores kunder kan levere på deres.

I januar og februar 2022 gennemførte Fellowmind en undersøgelse om klimaaftryk blandt danske fremstillingsvirksomheder. I det efterfølgende deler vi nogle perspektiver fra det input, der er samlet gennem undersøgelsen.

Formålet med undersøgelsen var at få en bedre forståelse for danske produktionsvirksomheders interesser, motiver, behov, ønsker mv. inden for klimarapportering.

72 virksomheder deltog i undersøgelsen. Langt de fleste af disse virksomheder har mellem 100 og 500 ansatte. Det var overvejende CFOs eller andre ledende medarbejdere med indflydelse på og indsigt i virksomhedens klimaaftryk, -indsatser og -overvejelser, der udtalte sig på vegne af virksomhederne. Langt de fleste af virksomhederne, der deltog i undersøgelsen, har produktion i Danmark og nogle har også produktion i udlandet. 60% af de deltagende virksomheder har en eller flere miljø-/klimacertificeringer allerede.

## Executive Summary

Mange af respondenterne i undersøgelsen har allerede sat sig specifikke klimamål internt i deres virksomhed. Det der motiverer klimaindsatsen mest hos virksomhederne, er krav fra kunder. Det forventer virksomhederne også i fremtiden vil være den primære motivation for deres klimaindsats.

Mere end halvdelen af de deltagende virksomheder opgør ikke deres klimaaftryk, hvilket gør det unægteligt sværere at følge op på ens specifikke klimamål. Af de virksomheder, der opgør CO<sub>2</sub>e aftryk, så foregår størstedelen af det arbejde manuelt. Manglen på automatisering i disse opgørelser gør det sværere at integrere denne indsigt med andre datakilder, arbejdsinstrukser osv.

Det område som de deltagende virksomheder syntes var vigtigst at lave / kunne lave klimarapportering på er indkøbt energi (el, damp, gas mv.). Det er næppe overraskende givet stigningen i energipriserne i slutningen af 2021 og starten af 2022.

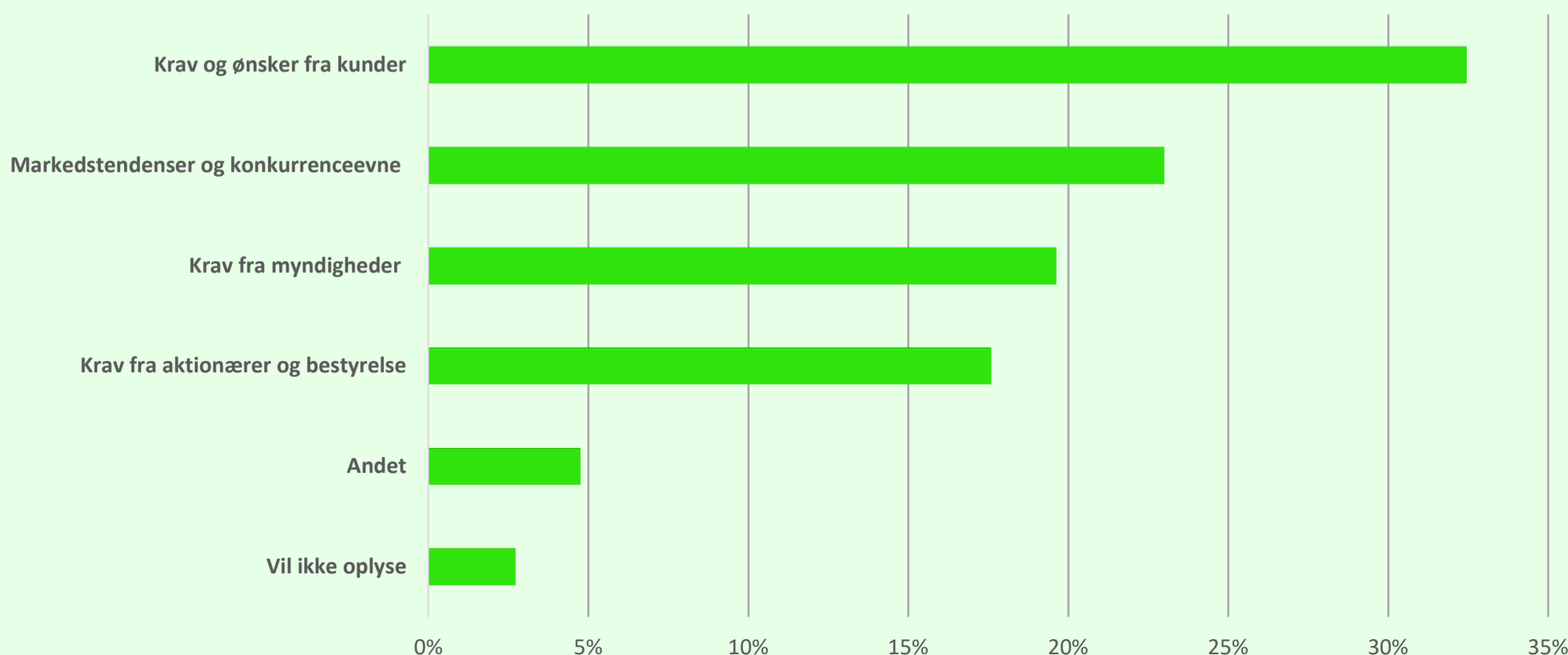
Mindst 47 % af de adspurgte virksomheder handler el på spotmarkedet. Selvom spotmarkedsprisen på el kan variere meget inden for et døgn og også noget mellem døgn, så er det tilsyneladende kun få (ca. 5%) af de adspurgte virksomheder der anvender denne indsigt til at lave om i deres kortsigtede produktionsplan.

## Virksomhederne er ambitiøse på klimaområdet

Mange (60%) af respondenterne har allerede sat sig specifikke klimamål internt i deres virksomhed. Den mest signifikante årsag til klimaindsatsen hos mange af virksomhederne er krav og ønsker fra kunder; en tredjedel af de deltagende virksomheder lister det som den vigtigste årsag.

Dette hænger givetvis sammen med at mange danske virksomheder, inklusiv dem der har deltaget i undersøgelsen, er leverandører til store internationale koncerner, og her er tendensen klar – der bliver stillet flere og mere konkrete krav til leverandører om at kunne dokumentere deres klimaaftryk. Den næstvigtigste årsag til virksomhedernes nuværende klimaindsats er markedstendenser og konkurrence i industrien.

Hvad driver primært jeres nuværende klimaindsats?



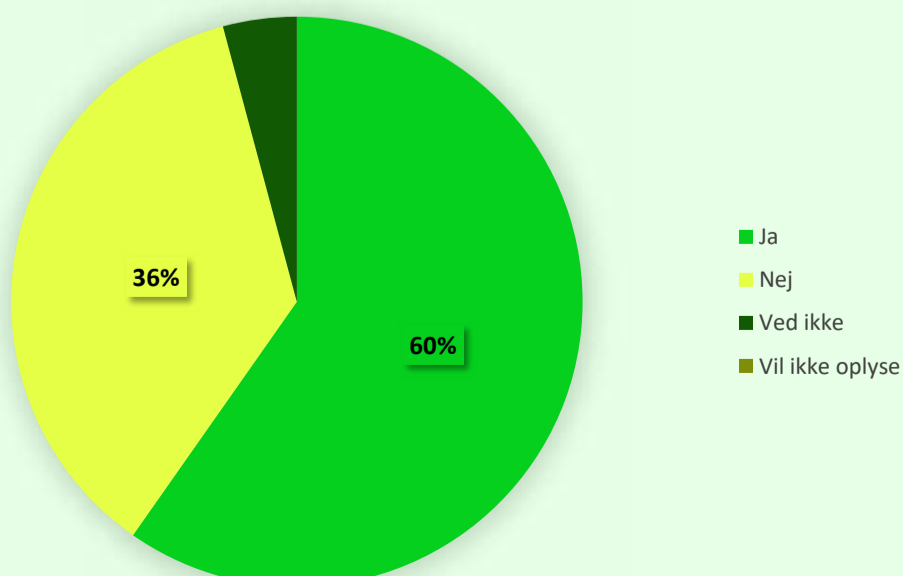


## Processerne og automatiseringen halter bagefter

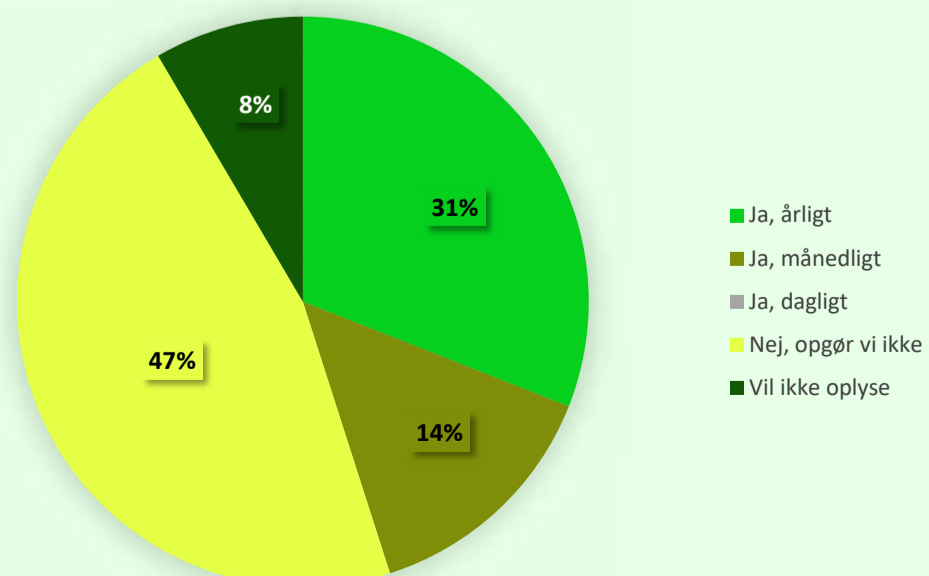
Mere end halvdelen af de deltagende virksomheder opgør ikke deres klimaaftryk. Selv for de virksomheder, der har angivet at de har specifikke klimamål, så opgør 30% af dem ikke deres klimaaftryk. Det er næppe på grund af modvilje, men det gør det sværere at følge op på ens specifikke klimamål hvis man ikke opgør ens klimaaftryk. De fleste af virksomhederne, der opgør klimaaftryk, gør det på årlig basis. Knap 1/3 af virksomhederne gør det på månedlig basis. Ingen af de adspurgte virksomheder opgør deres klimaaftryk dagligt. Hvis man accepterer præmissen, om at det i høj grad er adfærdsændringer, der skal til for at mindske ens klimaaftryk, så bliver det svært, hvis indsigten først er tilgængelig længe efter arbejdet der fører til klimaaftrykket er udført.

Af de virksomheder, der opgør CO<sub>2</sub>e aftryk, så foregår størstedelen af det arbejde manuelt. Kun 9% af dem opgør deres CO<sub>2</sub>e aftryk gennem en automatiseret proces. Manglen på automatisering i disse opgørelser gør det sværere at integrere denne indsigt med andre datakilder, arbejdsinstrukser osv.

Har jeres virksomhed nogle specifikke klimamål?



Opgør I struktureret jeres klimaaftryk i CO<sub>2</sub>e i dag?



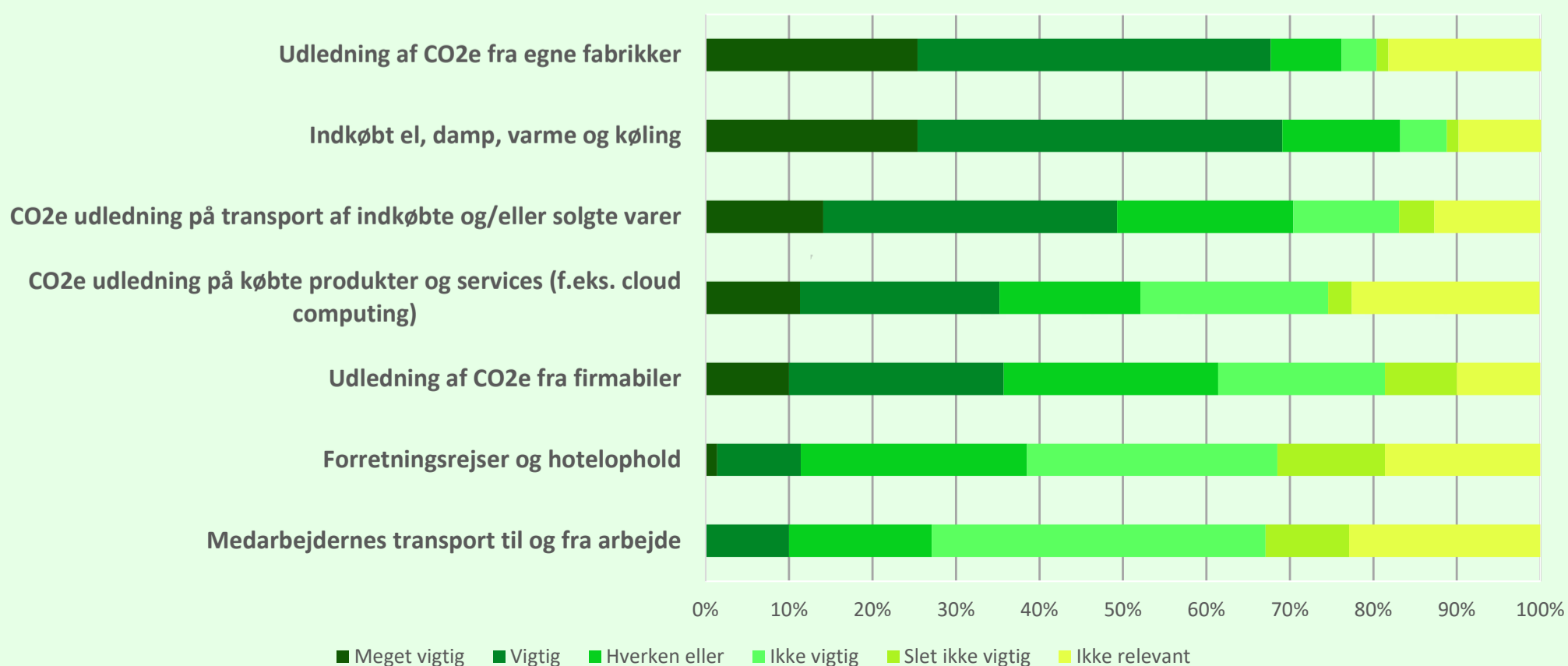
## De vigtigste områder i klimarapporteringen

I undersøgelsen spurgte vi ind til, hvordan virksomhederne vægtede vigtigheden af at kunne lave klimarapportering på en række forskellige områder. Vi havde på forhånd udvalgt en række veldefinerede områder, der repræsenterer centrale områder af scope 1, 2 og 3 af CO2e udledninger i henhold til GHG-protokollen.

De områder som de deltagende virksomheder især syntes var vigtige at lave / kunne lave klimarapportering på er:

- Indkøbt energi (el, damp, gas mv.). Det er næppe overraskende givet stigningen i energipriser i slutningen af 2021 og starten af 2022.
- Udledning af CO2e fra egne fabrikker. Det er et konkret område, hvor virksomheder kan gøre en indsats og prioritering af dette område skyldes muligvis de nye CO2 afgifter der diskuteres politisk for tiden.
- Transport af købte og solgte varer er også et højt prioritetsområde for de adspurgte virksomheder.

Hvor vigtige er de følgende klimarapporteringsområder for jeres virksomhed?



# Fellowwind



## Trods stigende elpriser, tilpasses produktionen ikke

Som vi kort konstaterede ovenfor, så er energipriserne steget voldsomt på kort tid i den seneste periode. Det gav os i forbindelse med undersøgelsen anledning til at spørge ind til, om virksomheder forsøger at tilpasse deres produktion (og dermed energiforbruget) til indkøbspriserne på el. Det kan være relevant at kigge på produktionen for de virksomheder, der handler el på spotmarkedet. Mindst 47 % af de adspurgte virksomheder handler el på spotmarkedet. Selvom spotmarkedsprisen på el kan variere meget inden for et døgn og også noget mellem døgn, så er det tilsyneladende kun få (ca. 5%) af de adspurgte virksomheder, der anvender denne indsigt til at lave om i deres kortsigtede produktionsplan. Det kan skyldes, at det er for svært at bringe informationen i spil konstruktivt, eller at virksomhederne har prøvet at bringe informationen i spil og ikke fundet en gevinst ved det.

# Fellowwind

## Konklusion

De bærende tendenser, som denne undersøgelse har vist er, at ambitionerne på klimaområdet er høje blandt de danske produktionsvirksomheder. Klimarapportering anses som en vigtig ting, og mange virksomheder vil gerne vise deres bæredygtige side. Desværre halter selve processerne bagefter. Ud af de få virksomheder, som opgør CO<sub>2</sub>e idag, er det endnu færre, som gør det gennem en automatiseret proces. Vi forventer, at dette kommer til at vende i de kommende år. Med det stigende fokus og den stigende lovgivning på området, vil incitamenterne for at imødegå en effektiv klimarapportering kun stige.

Få styr på din  
klimarapportering