



November 2021

Hvordan kommer SMV'erne i gang med den grønne omstilling?

Hvordan kommer SMV'erne i gang med den grønne omstilling?

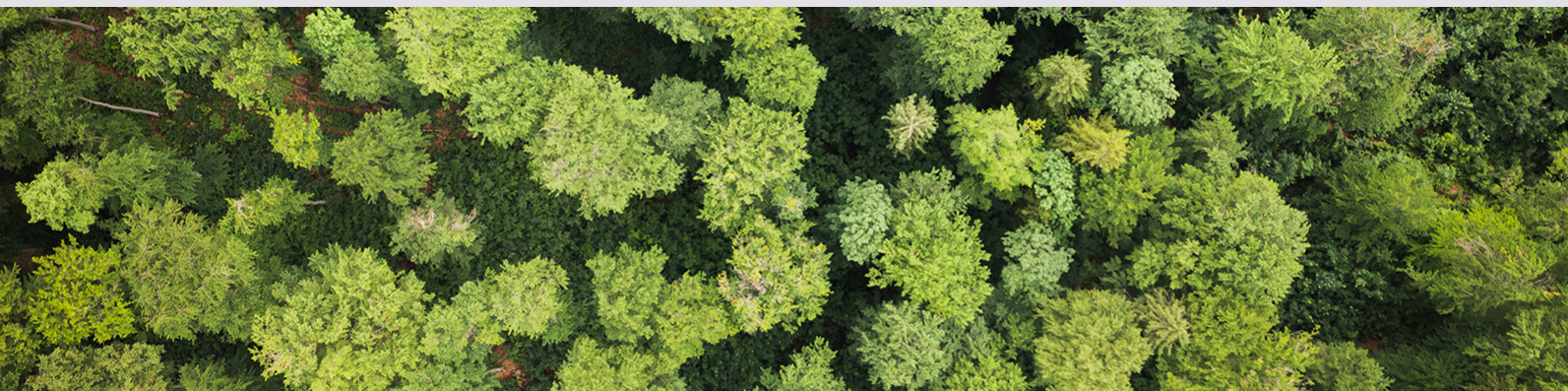
SMVdanmark støtter op om en generel CO₂-afgift, som giver alle forbrugere og virksomheder et klart incitament til at mindske deres udledningen, idet alle de forurenende varer vil stige i pris, mens de klimavenlige varer vil fremstå billigere. En generel CO₂-afgift på al udledning er ifølge Klimarådet den mest omkostningseffektive måde at nå Danmarks mål om at nedringe udledningen af drivhusgasser med 70 pct. i 2030.

Men mens vi venter på, at CO₂-afgiften vedtages og indføres, kan den enkelte SMV selv gøre noget for at nedbringe udledningen og stå bedre rustet til fremtiden. Og allerede i dag stiller mange kommuner grønne krav i deres udbud, og mange virksomheder og kunder stiller grønne krav til deres underleverandører.

Kun få SMV'ere er kommet i gang med den grønne omstilling

Små og mellemstore virksomheder (SMV'ere) har i modsætning til store virksomheder sjældent folk ansat til at sikre, at virksomheden er grøn eller lever op til fx krav om bæredygtighed og samfundsansvar. I stedet er det den selvstændige eller ejerlederen, som selv tager sig af virksomhedens arbejde med grøn omstilling og klimaregnskaber. Og det selvom han eller hun sikkert hellere vil koncentrere sig om driften og produktet eller ydelsen, som sælges. Dette kan sammen med manglende pres udefra være en af grundene til, at kun få SMV'ere er kommet i gang med den grønne omstilling.

Ifølge en undersøgelse fra Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse, arbejder kun hver tredje SMV-virksomhed (31%) i nogen, høj eller meget høj grad med grøn omstilling og cirkulær økonomi. Omvendt arbejder hver femte (20%) slet ikke med grøn omstilling og en lige så stor andel vurderer, at grøn omstilling ikke er relevant for virksomheden. Samtidig viser undersøgelsen en tendens til, at jo mindre virksomheden er, desto mindre er andelen af virksomheder, som er kommet i gang med den grønne omstilling. Således er det kun hver fjerde (26%) enkeltmandsvirksomhed, som i nogen, høj eller meget høj grad er i gang med grøn omstilling. Der er med andre ord et stort potentiale for at også SMV'erne kommer med på vognen.





Mange gode grunde til at gøre sin virksomhed grønnere

De fleste vil gerne være miljøvenlige og tænke grønt, og mange går i gang med at omstille sin virksomhed i en grønnere retning ud fra et ønske om at gøre en forskel for klimaet. Andre gør det af økonomiske grunde for at forbedre bundlinjen. Der kan også være enkelte, som egentlig ikke har lyst eller overskud til at gå i gang, men hvis ikke virksomheden allerede er blevet mødt af krav om at være grøn og at kunne dokumentere dette, vil virksomheden nok snart blive det. Derfor bør alle virksomheder overveje, hvordan man kommer i gang.

Bankforbindelse kan kræve beskrivelse af klimatiltag

Kravene kan fx komme fra virksomhedens bankforbindelse, som kræver, at man redegør for sin klimabelastning eller for, hvilke tiltag man har gjort for at være rustet til fremtidige klimaforandringer. Det skal bankerne nemlig vide, både på grund af myndighedskrav, men også for at kunne opgøre sin egen (indirekte) klimabelastning. Har virksomheden eksterne investorer, kan disse også tænkes at stille krav til den grønne profil.

Øgede miljøkrav fra både private og offentlige kunder

Virksomhedens kunder vil også i højere og højere grad forlange, at virksomhedens produkt er grønt. Er man underleverandør til en større virksomhed, har den store virksomhed brug for at kende klimaaftrykket hos underleverandørerne for at kunne opstille sit eget klimaregnskab. Selvom små virksomheder ikke i lige så høj grad som de store mødes af klimakrav fra omverdenen, ender de stores klimafokus med også at nå ned til SMV'erne. Det samme gælder leverandører til det offentlige. Både stat og kommuner er i stigende grad begyndt at lægge grønne krav ind, når der udformes offentlige udbud. Det kan være lavpraktiske krav såsom brug af svanemærkede rengøringsprodukter eller el-værktøj i stedet for benzindrevne maskiner eller det kan være mere omfattende krav om dokumentation af den samlede CO₂-udledning i forbindelse med løsningen af opgaven.

Kommende myndighedskrav om CO₂-regnskab

Mens alle virksomheder er pålagt at udarbejde et årsregnskab efter standardiserede regler, er der endnu ikke noget myndighedskrav om at udarbejde et CO₂-regnskab eller at redegøre for virksomhedens klimaarbejde. Men sådanne krav kan tænkes at komme i fremtiden. Ved at gå i gang allerede i dag, vil en SMV være bedre rustet, når / hvis fremtidige myndighedskrav rammer. Allerede i dag er der en række regler og love på miljøområdet, som skal overholdes.

Bundlinjen er også et argument for grøn omstilling

En sidste men måske den allervigtigste grund til, at komme i gang med den grønne omstilling, er økonomien. Det kan ofte aflæses direkte på bundlinjen, hvis der fx spares på energien. De lette løsninger med fx at skifte til LED-belysning har de fleste virksomheder nok fået øjnene op for, mens andre energibesparelser måske kan være sværere at finde. Nogle andre grønne tiltag vil ikke give et økonomisk afkast her og nu, men vil stille virksomheden langt bedre, når fremtidige krav rammer. Og ligegyldigt, om der indføres en CO₂-afgift på alle udledninger, sådan som SMVDanmark og mange andre eksperter ønsker det, eller om Danmarks målsætning om at nedbringe drivhusgasudledningen skal nås af andre veje, vil omkostningen ved at producere og sælge et ikke-grønt produkt stige i årene fremover.

Hvor skal man begynde?

Det mest oplagte sted at begynde, er at nedbringe virksomhedens ressourceforbrug. Det handler om at spare på elektriciteten, vand- og varmekonsumet. Strømbesparende belysning, vandbesparende installationer og bedre isolering af bygninger mindsker regningerne fra forsyningsselskaberne og hjælper miljøet. Det er de såkaldte "lavthængende frugter", som de fleste virksomheder nok allerede har implementeret.

Har virksomheden maskiner eller biler, kan der her opnås besparelser og miljøforbedringer, fx ved at skifte til nye og mere energieffektive maskiner. Tilsvarende er et skift til el-drevne biler miljømæssigt optimalt, men kræver en større investering her og nu. Man kan komme et stykke ad vejen ved at køre mindre og i mindre biler, som kører længere på literen. Rejser er også en post, man med fordel kan skære ned på, og generelt er det bedre for miljøet at handle lokalt.

Biler, maskiner og udstyr kan med fordel deles med andre virksomheder eller private i forskellige deleordninger. Det samme gælder lokaler.

Ressourceforbruget kan også nedbringes ved i højere grad at undgå spild, og ved at bruge genbrugsmaterialer. Øget affaldssortering giver mindre affald, som forbrændes, og mere, som genbruges. Miljøbelastningen kan mindskes ved at undgå miljøskadelige stoffer og materialer og i stedet bruge bæredygtige. Brug også mindre plastik, og køb gerne grøn el til virksomheden.

Hvis virksomheden producerer et fysisk produkt, bør man sikre, at produktet holder længe og let kan vedligeholdes og repareres. Når produktet endelig har nået sin udløbsdato, skal det være let at genbruge eller bortskaffe miljørigtigt. Måske er der brug for en returordning?



Hvordan opgør man virksomhedens klimabelastning?

Man kan sagtens gå i gang med at gøre sin virksomhed grønnere uden at måle eller opgøre virksomhedens klimabelastning. Og et stykke hen ad vejen kan man også godt dokumentere og informere omverdenen om de tiltag, man har gjort, selvom man ikke laver et formelt klimaregnskab. Men hvis man vil måle indsatsen over tid og dokumentere fremgangen, er det oplagt at opgøre klimabelastningen i et klimaregnskab år for år. Et klimaregnskab efter alment accepterede standarder kan samtidigt blive nødvendigt for at leve op til fremtidige krav fra myndigheder, bank eller dem, man leverer til.

Findes der en standard for at opgøre klimabelastningen?

Basalt set er et CO₂-regnskab en opgørelse over al den CO₂, som virksomheden udleder. Men da der både skal medregnes den direkte udledning ved produktionen af fx en vare og alle de indirekte udledninger, er det en omstændig opgave, som ofte delvist må baseres på skøn og antagelser. Der er rige muligheder for at overse udledninger eller bevidst eller ubevidst at lave fejlskøn eller fejlagtige metodiske valg. Derfor er det nødvendigt med retningslinjer og standarder for, hvordan det grønne regnskab udformes.

Den internationalt mest anerkendte standard for opgørelser af klimabelastningen er Greenhouse Gas Protocol eller GHG-protokollen. I GHG-protokollen inddeles virksomhedens udledninger i tre såkaldte Scopes.

- Scope 1 er de direkte udledninger i virksomheden, fx udledning fra biler og maskiner
- Scope 2 er de indirekte udledninger fra indkøbt elektricitet, brændstof og varme
- Scope 3 består af resten, det vil sige udledninger forud og efterfølgende i forsyningskæden.

Det er oftest udledninger, som sker uden for virksomheden. Det kan fx være udledninger da produktionsinput blev fremstillet af underleverandør. Det kan være udledninger forbundet med produktionen og bortskaffelsen af maskiner, brugen af virksomhedens produkt hos slutkunden, og bortskaffelsen af produktet efter slutkunden er færdig med at bruge produktet.

Det letteste at opgøre er klart scope 1 og 2. Disse kan ofte beregnes på baggrund af virksomhedens el-, varme- og brændstofsregninger. Af regningerne fremgår forbruget, og ved at gange de rigtige emissionsfaktorer på, kan den samlede klimabelastning opgøres. Scope 3 er langt mere omfattende at opgøre, og det er især her, der kan være forskellige tilgange og forskelle i, hvor meget, der regnes med. Det er ofte nødvendigt at foretage en afgrænsning og medtage de vigtigste udledninger, mens udledninger andre steder i forsyningskæden fravælges og ikke opgøres.

Investering i mere energieffektive eller mindre forurenende maskiner eller biler vil give en CO₂-besparelse under scope 1. Det samme gælder, hvis maskinerne udnyttes mere effektivt eller hvis der køres mindre i bil. Sidstnævnte giver også en besparelse under scope 2, da der indkøbes mindre brændstof, og der derfor indregnes færre udledninger ved produktionen af brændstoffet. Det gælder også besparelser på el-forbruget. Besparelser under scope 3 kan fx være at bruge mere miljøvenlige materialer eller materialer, som kan genbruges, og derfor har en lavere CO₂-belastning efter det har forladt virksomheden.

Hvor kan man søge hjælp til at måle CO₂-udledningen?

Der kan søges hjælp til at opbygge CO₂-regnskabet flere steder.

Et muligt sted at begynde er Erhvervsstyrelsens CO₂-beregner på [Virksomhedsguiden.dk](https://www.virksomhedsguiden.dk). Beregneren er et Excel-regneark, man udfylder med værdier for sin virksomheds energiforbrug og forbrug af råvarer, materialer osv. Erhvervsstyrelsen har lagt emissionsfaktorer ind for de mest gængse typer af input, og regnearket kan så opgøre den samlede CO₂-udledning. Regnearket er ikke helt let at gå til, hvis man ikke har erfaring med klimaregnskaber (og Excel) i forvejen. Samtidig har beregneren en række begrænsninger, og Erhvervsstyrelsen peger da også selv på at ”Resultaterne af beregningerne giver en basal opgørelse af virksomhedens CO₂-aftryk [...] Der er ikke garanti for, at beregningerne er fuldstændig nøjagtige, og beregneren kan ikke verificere de indtastede data og kilder”.

Erhvervsstyrelsen havde tidligere en webbaseret beregner kaldet Klimakompasset, men den er nedlagt. Erhvervsstyrelsen arbejder på en ny webapplication baseret på CO₂-beregneren med arbejdstitlen Klimakompasset 2.0.

Andre private udbydere har udviklet lignende digitale værktøjer til at hjælpe med at udarbejde grønne regnskaber. Processen med at opgøre CO₂-belastningen kan ofte indeholde en højere grad af digitalisering af virksomheden. Opgørelsen af klimabelastningen er baseret på data for både input og output og alt derimellem, og jo bedre styr man har på data, desto lettere bliver det at lave det grønne regnskab.



Hvor kan man søge hjælp til at komme i gang med den grønne omstilling?

Der er mange muligheder for at få hjælp til at komme i gang med at gøre virksomheden mere grøn. Der kan både hentes hjælp hos private konsulenter og rådgivere, hos organisationer som SMVDanmark og hos offentlige og halvoffentlige instanser som fx Erhvervshusene.

Erhvervshusene

De tværkommunale Erhvervshuse er ofte et godt første sted at henvende sig. Erhvervshusene er vant til at rådgive de lokale virksomheder, og bør have et godt netværk. Samtidig har de overblikket over de tilgængelige offentlige tilskudsprogrammer.

Der findes flere EU-støttede programmer, hvor virksomheder kan få hjælp til for eksempel at udarbejde en grøn forretningsplan eller til at investere i grønne maskiner. Programmet er ofte udformet, så man enten kan få et kontant tilskud til en investering, eller kan få tilskud til indkøb af konsulentytelser i forbindelse med den grønne omstilling, fx hjælp til at opstille et grønt regnskab.

Grøn cirkulær omstilling

I programmet Grøn cirkulær omstilling, GCO, kan små og mellemstore virksomheder få hjælp til at ”udvikle og implementere grønne og cirkulære forretningsmodeller”. I praksis får man rådgivning fra en privat konsulentvirksomhed til at udvikle en grøn forretningsmodel. Denne rådgivning betales fuldt ud af GCO-programmet. Dog forpligter man sig til at lægge timer i projektet, som modsvarer det antal timer, konsulenten har brugt og får betaling for. Derfor skal man registrere det antal timer, man bruger. Den konsulentvirksomhed, man vælger, vil ofte kunne hjælpe med at udforme ansøgningen til programmet.

SMV:Grøn

Et andet EU-støttet program er SMV:Grøn, som hører under Virksomhedsprogrammet under Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse og dermed Erhvervshusene. SMV:Grøn ”giver støtte til rådgivning, investering og kompetenceudvikling, som kan løfte din virksomhed til næste grønne niveau.” Under dette program kan SMV’ere få tilskud til enten grønne investeringer eller til rådgivning eller kompetenceudvikling. Ved en grøn investering kan virksomheden få tilskud op til 25%. Ved køb af rådgivning fra private konsulenter kan virksomheden få betalt hele honoraret, men skal lægge timer i projektet, som modsvarer det antal timer, konsulenten har brugt og får betaling for. Derfor skal man registrere det antal timer, man bruger. Det samme gør sig gældende, hvis man modtager midler til dækning af kompetenceudvikling (fx uddannelse og kurser). Den konsulentvirksomhed, man vælger, vil ofte kunne hjælpe med at udforme ansøgningen til programmet.

Energistyrelsen

Tilskud til investering i energiforbedringer kan opnås gennem Energistyrelsens Erhvervstilskud til energieffektiviseringer. Her kan private virksomheder få tilskud fra Erhvervspuljen til energispareprojekter. Tilskuddet dækker op til 50 % af omkostningerne til et energispareprojekt. I 2022 vil der være fem ansøgningsrunder til puljen. Den første runde er åben fra d. 4. til d. 18. januar.

Hvilke faldgruber er der?

At gøre virksomheden mere grøn kan i nogle tilfælde have en økonomisk omkostning, især på kort sigt, så nye grønne tiltag bør selvfølgelig analyseres og gennemtænkes grundigt først.

Grønne tiltag vil oftest have en positiv afsmitning på salget, idet kunder og omverdenen vil opfatte de grønne tiltag som noget positivt. Men det er vigtigt at undgå, at tiltagene får den modsatte effekt og giver bagslag i form af at kunderne og omverdenen vender virksomheden ryggen.

Sådan undgås beskyldninger om greenwashing

Det kan fx ske, hvis virksomheden bliver beskyldt for såkaldt greenwashing. Greenwashing er når virksomheden giver udtryk for at være mere grøn end den er. Siger man, at ens produkt er klimarigtigt, men ikke er det, eller kan man blot ikke dokumentere, at produktet er klimavenligt, kan det være greenwashing. Her kan et klimaregnskab hjælpe til at afvise beskyldningerne. Men da CO₂-regnskabet kan udarbejdes på mange måder og med forskellige antagelser og afgrænsninger, kan man let blive beskyldt for at ”pynte på tallene”. Det er derfor vigtigt, at CO₂-regnskabet er gennemsigtigt og laves på samme måde år efter år, så det kan bruges til at vurdere og dokumentere, at virksomheden er blevet grønnere over tid. Til gengæld skal man være varsom med at påstå, at man fx er grønnere end konkurrenterne, da det – så længe der ikke er veldefinerede standarder – kan være svært at sammenligne regnskaberne på tværs af virksomheder. Af samme grund er det vigtigt, at afgrænsningen og de fravalg, der er foretaget, er tydeligt beskrevet.

Er grøn strøm altid grøn?

En anden faldbruge relaterer sig til indkøb af elektricitet. For at mindske virksomhedens klimabelastning, og – hvis man udarbejder et klimaregnskab – styrke det grønne regnskab, kan man vælge at købe såkaldt grøn strøm. Her betaler man lidt ekstra for sin strøm for at sikre, at den strøm, man bruger, er fra vedvarende energikilder. Det kaldes også grønne certifikater eller oprindelsesgarantier, og kan enten købes sammen med strømmen eller helt uafhængigt af sin el-leverandør.

Selvom man køber grøn strøm eller certifikater, som dokumenterer brug af vedvarende energikilder, kan man dog stadig blive beskyldt for greenwashing. Det skyldes, at grønne certifikater ikke nødvendigvis sikrer yderligere udbygning af vedvarende energikilder såsom vindmølle- og solcelleparker. En stor andel af strømmen i Danmark er i forvejen grøn, og andelen af grøn strøm vokser løbende, drevet af myndighedernes sats på vedvarende energi. Så vil man medvirke til denne proces og sikre endnu mere grøn strøm fremover, skal man vælge en leverandør, som lover at bidrage til dette.

Hvordan fortæller man bedst omverdenen, hvad man gør på klimaområdet?

Ligeegyldigt, om man mest rykker sin virksomhed i grønnere retning for miljøets skyld eller for at forbedre virksomhedens bundlinje, er det vigtigt, at vise omverdenen, at man gør noget. Det er ofte muligt at forbedre sit image og øge salget ved at have en grøn profil. Flere og flere kunder går nemlig op i klimaet og er villige til at prioritere og betale ekstra for varer eller tjenesteydelser fra grønne virksomheder. Hvis man forbedrer sin virksomheds klimabelastning i det skjulte uden at nogen opdager det, er det selvkært stadig godt for miljøet, men man går glip af øget indtjening.

Grønne tiltag skal være en del af fortællingen om virksomheden

Det gælder med andre ord om at gøre de grønne tiltag til en del af fortællingen om virksomheden, på lige fod med fortællingen om, at man leverer et godt produkt til den aftalte tid og pris osv. Derfor skal de bæredygtige tiltag naturligvis omtales på virksomhedens hjemmeside op på sociale medier. Det gælder også ved annoncering, og det er også en mulighed at forsøge at opnå redaktionelle omtaler af virksomhedens nye tiltag i medierne. Når der afgives tilbud eller indgås aftaler, er det også vigtigt at fremhæve den grønne profil, og huske at angive, hvor der fx anvendes bæredygtige materialer eller grønne biler eller maskiner. Også i den øvrige dialog med kunder bør man fokusere på de grønne løsninger. Har virksomheden biler, kan streamere eller folie på disse også med fordel bruges til at fremhæve de grønne tiltag, ikke mindst hvis bilen er en el-bil eller kører på bio-diesel. Slutteligt kan man overveje at beskrive den grønne profil i sin årsrapport, og opgør man et egentligt grønt regnskab, skal det grønne regnskab selvfølgelig også offentliggøres.

Troværdighed er nøgleordet

Når man fortæller omverdenen om sin virksomheds klimatiltag, er det vigtigt at gøre det på en troværdig måde. Hermed kan man lettere undgå beskyldninger om greenwashing. Har man opgjort et CO₂-regnskab, er det ligeledes vigtigt for at undgå kritik, at det fremstår troværdigt.

Det gælder om at være åben om metoden i opgørelsen, og på en gennemsigtig måde beskrive, hvilke afgrænsninger, man har gjort, og hvilke usikkerheder, der er. Troværdigheden øges, hvis man har brugt en anerkendt rådgiver. Og har man det, bør man selvfølgelig skilte med det.

Få grønne tiltag certificeret eksternt

En anden måde at opnå troværdighed og signalere seriøsitet til omverdenen på er ved at opnå en miljø-certificering som fx ISO 14001. Eller man kan gå med i tiltag som fx Science-based targets initiative ([SBTi](#)). Det er et internationalt program, hvor virksomheden melder sine målsætninger på klimaområdet ind, hvorefter SBTi validerer målene og følger op. At gå med i SBTi vil dog nok være for krævende og omfattende for de fleste SMV'ere, også selvom der eksisterer en hurtigere og simplere vej med løsere krav til nedbringelsen af CO₂-udledningen til at komme med i SBTi for SMV'ere kaldet [streamlined target-setting route](#).



November 2021

**Hvordan kommer SMV'erne i gang med
den grønne omstilling?**

SMVdanmark