

# Klar til transparens? Danske virksomheders arbejde med bæredygtighedsrapportering



# Indhold

<b>Forord</b>	<b>2</b>
<b>Key findings</b>	<b>3</b>
Kapitel 1 – Den grønne efterspørgsel	3
Kapitel 2 – Virksomheders bæredygtighedsrapportering	3
<b>Kapitel 1 – Den grønne efterspørgsel</b>	<b>5</b>
1.1 Efterspørgsel på grønne løsninger i dag	5
1.2 Udvikling i efterspørgsel på grønne løsninger frem mod 2025	7
1.3 Virksomhederne fokus på at imødekomme den stigende efterspørgsel	10
1.4 Delkonklusion	13
<b>Kapitel 2 – Virksomheders bæredygtighedsrapportering</b>	<b>14</b>
2.1 Virksomhedsrapportering på klimaindikatorer	14
2.2 Barrierer for rapportering på klimaindikatorer	16
2.3 Virksomhedsrapportering på øvrige bæredygtighedsindikatorer	20
2.4 Barrierer for rapportering på øvrige bæredygtighedsindikatorer	22
2.5 Delkonklusion	24

# Forord

Er danske virksomheder klar til transparens? I stigende grad bliver oplysninger og data i relation til bl.a. klima og miljø afgørende for konkurrenceevnen hos helt almindelige danske virksomheder. I takt med at EU implementerer sin strategi for bæredygtig finansiering inden for de kommende år, vil mange virksomheder stifte bekendtskab med bæredygtighedsrelaterede datakrav. Det skal være nemmere at sammenligne selskabers grad af bæredygtighed på tværs af branche, sektor og størrelse. Derudover skal bæredygtighedsdata have samme kvalitet som finansielle data, så virksomheder, der er dygtige til bæredygtighed, får nemmere adgang til kapital. Det er et godt og sundt princip. Derfor kommer det til at handle om at kunne vise, at man som virksomhed passer på miljøet og klimaet (Environment), menneskene (Social) og at man opfører sig etisk ansvarligt (Governance). I daglig tale også kaldet ESG. Og det er noget, som banker, finansinstitutter og investorer kommer til at interessere sig meget mere for.

Med denne rapport ønsker Dansk Erhverv at give et billede af, hvor de danske virksomheder står i forhold til den forventede udvikling inden for bæredygtighedsrapportering. I hvilken grad oplever de i dag en markedsdrevet efterspørgsel, og i hvilken grad er de rustet til at imødekomme den? Belønnes de for at kunne levere data om deres forretnings bæredygtighedsaftryk? Og oplever de i det hele taget kravene som værdiskabende og meningsfulde? I rapporter lægger vi størst vægt på E'et, altså miljø og klima, da det er her, der allerede er søsat mange nye reguleringsinitiativer. Men både 'S' og 'G' er også yderst relevante for virksomheder.

Rapporten giver et godt billede af, hvordan danske virksomheder står rustet til de fremtidige krav. Der tegner sig et fragmenteret billede. Der er stadig en stor del af de danske virksomheder, som ikke rapporterer på klima- og bæredygtighedsindikatorer, særligt blandt de mindste virksomheder. Analysen peger dog også på, at der er store gevinster at hente ved at rapportere for virksomhederne, når virksomhederne formår at integrere rapporteringerne som en værdiskabende del af forretningen.

ESG, CSR- og bæredygtighedsrapportering er ikke kun for bæredygtighedsfolk i globale selskaber. Om du arbejder i Investor Relations eller du er salgs- og marketingansvarlig i en mindre virksomhed, vil bæredygtighedsdata blive relevant for dit arbejde fremadrettet.

God læselyst!

Malene Thiele  
CSR-chef  
Dansk Erhverv



# Key findings

## Kapitel 1 – Den grønne efterspørgsel

### Ikke stor kommerciel interesse endnu, men den ventes

Det er kun et mindretal af Dansk Erhvervs medlemmer, som for alvor oplever interesse fra kunder på grønne løsninger i dag. Det er kun 33 pct. af de virksomheder, der sælger produkter, der i dag mærker en betydelig grøn efterspørgsel på deres produkter. Det tilsvarende tal for serviceydelser er en smule lavere (25 pct.). Det samme billede gør sig gældende, når man vender blikket mod virksomhedernes egne krav til underleverandører. Der er dog udsigt til en væsentlig stigning i den grønne efterspørgsel. Frem mod 2025 forventer et stort flertal af virksomhederne en stigende efterspørgsel på grønne løsninger. Der er tale om 71 pct. for produkter og 59 pct. for serviceydelser.

### Store virksomheder belønnes mest af markedet på nuværende tidspunkt

Efterspørgslen efter grønne produkter er størst for de store virksomheder. Det er således kun 19 pct. af de mindste virksomheder, som sælger produkter, som oplever en grøn efterspørgsel, mens det tilsvarende tal for større virksomheder med over 250 medarbejdere er 53 pct.

### Store virksomheder rustet sig i højere grad end små

Større virksomheder forventer i langt højere grad stigende grøn efterspørgsel sammenlignet med mindre virksomheder. Dermed er billedet det samme, som for den nuværende grønne efterspørgsel; det er særligt de større virksomheder, som oplever og forventer en stigende grøn efterspørgsel. Men undersøgelsen viser også, at mere end halvdelen af mindste virksomheder forventer stigende grøn efterspørgsel, så alle virksomheder bør forberede sig på en markedsituation, hvor efterspørgslen efter grønne løsninger stiger markant.

### Markedsdrevet omstilling virker

Der tegner sig et tydeligt billede af, at de virksomheder, som forventer en stigende grøn efterspørgsel på produkter, har et langt større fokus på at omstille produktionen end virksomheder, der ikke forventer nogen betydelig stigning i grøn efterspørgsel. Det tyder altså på, at markedsbaserede incitament virker i denne sammenhæng; hvis virksomheder kan løfte om sætningen ved at omlægge til grønnere produkter, så vil langt de fleste undersøge mulighederne for dette. Det er med til at underbygge argumentet om, at den grønne omstilling skal være markedsdrevet, hvis virksomhederne for alvor skal med på bølgen.

## Kapitel 2 – Virksomheders bæredygtighedsrapportering

### Kun 1 ud af 4 klimarapporterer i dag

I dag er det 23 pct. af Dansk Erhvervs medlemmer, der foretager klimarapportering på virksomhedsniveau. 49 pct. af virksomhederne svarer, at de ikke klimarapporterer. Samtidig svarer 28 pct. at de ikke ved, om de indrapporterer på nogen af indikatorerne. Hvis vi ser på forventningerne til fremtidig rapportering er det kun 33 pct. der forventer at gøre det inden for de kommende år. Det kan undre, hvis man tænker på den markante, forventede stigning i

grøn efterspørgsel, som vi så i Kapitel 1. Der er en væsentlig opgave i at orientere virksomhederne om værdien i, og nødvendigheden af, klimarapportering. Virksomhederne, som i dag klimarapporterer, gør det primært på parametrene inden for energiforbrug og scope 1. Kun 4 pct. af virksomhederne svarer, at de i dag rapporterer på scope 3, dvs. hele værdikæden inkl. underleverandører.

### **Opmærksomhed på de små- og mellemstore virksomheder**

I Danmark har vi nogle store virksomheder, der går foran og sætter en høj international standard for så vidt angår klimarapportering. Det er dog samtidig vigtigt at huske, at langt, langt de fleste virksomheder i Danmark er SMV'ere. Et klart flertal af disse er slet ikke i gang endnu. Og det udgør en markant risiko for dansk konkurrenceevne, som bør adresseres.

### **Mikrovirksomheder mangler ressourcer og tro på værdien af klimarapportering**

Det er særligt blandt mikrovirksomheder med mindre end ti medarbejdere, at klimarapportering ikke ses som en fordel. Her er det kun 12 pct. som mener, at klimarapportering er værdiskabende for deres forretning. Mens det samme gælder for 50 pct. af virksomhederne med 50 til 249 medarbejdere og for 56 pct. af de store virksomheder med mere end 250 medarbejdere. Det er særligt også de små virksomheder, der ikke har de fornødne ressourcer til at foretage klimarapportering. Kun 15 pct. af mikrovirksomhederne med færre end 10 medarbejdere mener, at de har tilstrækkelige ressourcer og den nødvendige viden til at foretage klimarapportering, mens det gælder for 58 pct. af de største virksomheder med flere end 250 ansatte. Det underbygger dermed billedet af, at det særligt er de små virksomheder, som har brug for hjælp og vejledning til at komme i gang med at opgøre og rapportere om deres CO<sup>2</sup>-udledning.

### **Arbejdet med øvrige bæredygtighedsindikatorer forstærker billedet**

Ligesom for klimarapportering forventer kun få virksomheder, som i dag ikke rapporterer på øvrige bæredygtighedsindikatorer, at begynde på det i de kommende år. En stor andel (28 pct.) af virksomhederne svarer, at de ikke mener, at det vil være relevant for dem at rapportere på nogen af de nævnte øvrige bæredygtighedsindikatorer. Samtidig har mange af virksomhederne (35 pct.) svært ved at vurdere, hvilke bæredygtighedsindikatorer, der er relevante for deres virksomhed.

### **Skepsis omkring værdien af virksomhedsrapportering – men stort potentiale**

Analysen viser en generel skepsis blandt særligt de små virksomheder overfor virksomhedsrapportering på såvel klimaområdet som for øvrige bæredygtighedsindikatorer. Analysen peger dog også på, at der er store gevinster at hente ved at rapportere for virksomhederne, når virksomhederne formår at integrere rapporteringerne som en værdiskabende del af forretningen. At indfri det potentiale kræver at virksomhederne – og særligt de mindste virksomheder – får hjælp til at skaffe den nødvendige viden og de rette ressourcer til at løfte opgaven.

# Kapitel 1 – Den grønne efterspørgsel

Den grønne dagsorden flytter sig hurtigt i disse år. I december 2019 fik Danmark en bindende klimalov, som forpligter enhver kommende regering til at arbejde for realiseringen af CO<sub>2</sub>-reduktionsmålet på 70 pct. i 2030 i forhold til 1990<sup>1</sup>. I samme periode arbejdede de 13 klimapartnerskaber på højtryk for at identificere muligheder og barrierer i erhvervslivets grønne omstilling i et bredt samarbejde med virksomhederne, fagbevægelsen og ministerierne<sup>2</sup>.

I forbindelse med lanceringen af klimapartnerskabernes anbefalinger ramte coronakrisen det danske samfund, og med ét var den grønne omstilling ikke længere det altoverskyggende emne i medierne og på Slotsholmen. På trods af den fortsatte tilstedeværelse af coronavirus i det danske samfund her i forsommeren 2021, gælder klimaloven dog stadigvæk. Danmark har forpligtet sig til at nå reduktionsmålet på 70 pct. og i den forbindelse spiller virksomhederne en nøglerolle. Både som leverandører og aftagere af klimavenlige løsninger.

I dette kapitel undersøger vi virksomhedernes efterspørgsel efter grønne produkter og serviceydelser. Det gælder både efterspørgslen i dag, men også på længere sigt, hvor vi har bedt virksomhederne forholde sig til den forventede efterspørgsel frem mod 2025.

Analysen viser, at det kun er et mindretal af Dansk Erhvervs medlemmer, som for alvor oplever interesse fra kunder på grønne løsninger i dag. Der er dog udsigt til en væsentlig stigning i den grønne efterspørgsel. Frem mod 2025 forventer et stort flertal af virksomhederne en stigende efterspørgsel på grønne løsninger.

Derudover viser undersøgelsen, at virksomheder med forventninger om stigende grøn efterspørgsel i høj grad er i gang med at omstille deres løsninger, så de kan indfri den stigende grønne efterspørgsel, som forventeligt vil skylle ind over det danske erhvervsliv i de kommende år.

## 1.1 Efterspørgsel på grønne løsninger i dag

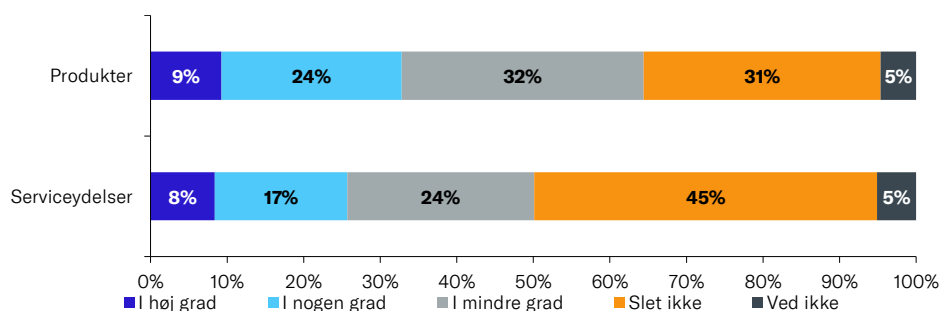
Den grønne efterspørgsel er ikke for alvor slået igennem i det brede virksomhedslag endnu. Figur 1 viser, at det kun er 33 pct. af de virksomheder, der sælger produkter, der i dag mærker en betydelig grøn efterspørgsel på deres produkter. Det tilsvarende tal for serviceydelser er en smule lavere (25 pct.), så også her er det et mindretal af virksomhederne, som oplever betydelig grøn efterspørgsel i dag. Det samme billede gør sig gældende, når man vender blikket mod virksomhedernes egne krav til underleverandører (ikke vist i figur).

---

<sup>1</sup> Klima-, Energi- og Forsyningsministeriet, "Bred aftale om ambitiøs og bindende klimalov", 06-12-2019.

<sup>2</sup> Statsministeriet, "Regeringens klimapartnerskaber", 03-11-2019.

Figur 1: **I hvilket omfang efterspørger din virksomheds kunder klimavenlige produkter/serviceydelser i dag?**

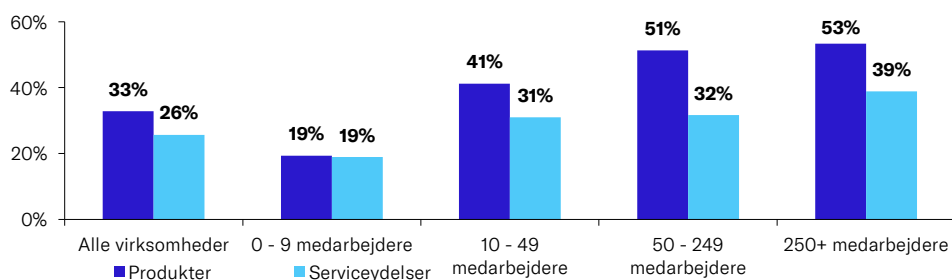


**Kilde:** Dansk Erhvervs medlemsundersøgelse, februar 2021.

**Note:** n (Produkter) = 323, n (Serviceydelser) = 393.

Efterspørgslen efter grønne produkter er størst for de store virksomheder, se figur 2. Det er således kun 19 pct. af de mindste virksomheder, som sælger produkter, som oplever en grøn efterspørgsel, mens det tilsvarende tal for større virksomheder med over 250 medarbejdere er 53 pct. Den samme tendens gør sig gældende for serviceydelser, selvom tendensen ikke er helt lige så tydelig for disse typer virksomheder.

Figur 2: **I hvilket omfang efterspørger din virksomheds kunder klimavenlige produkter/serviceydelser i dag? – i høj eller i nogen grad**



**Kilde:** Dansk Erhvervs medlemsundersøgelse, februar 2021.

**Note:** n (Produkter, 0-9 medarbejdere) = 155, n (Produkter, 10-49 medarbejdere) = 102, n (Produkter, 50-249) = 37, n (Produkter, 250+ medarbejdere) = 15, n (Serviceydelser, 0-9 medarbejdere) = 190, n (Serviceydelser, 10-49 medarbejdere) = 113, n (Serviceydelser, 50-249 medarbejdere) = 41, n (Serviceydelser, 250+ medarbejdere) = 18.

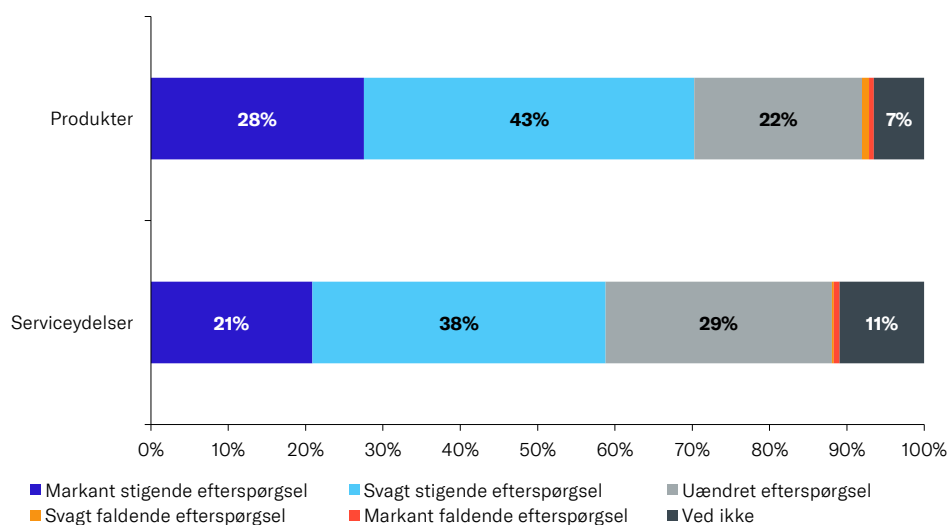
Alt i alt peger tallene altså på, at flertallet af de danske virksomheder ikke oplever en betydelig efterspørgsel efter grønne løsninger – produkter og/eller serviceydelser – i dag.

## 1.2 Udvikling i efterspørgsel på grønne løsninger frem mod 2025

Et stort flertal af Dansk Erhvervs medlemmer forventer en stigende efterspørgsel efter grønne løsninger frem mod 2025, se figur 3. Tendensen er lidt stærkere for produkter end for serviceydelser. 71 pct. af de virksomheder, som sælger produkter, forventer en stigende efterspørgsel efter grønne produkter frem mod 2025, mens det tilsvarende tal for serviceydelser er 59 pct. Stort set ingen af virksomhederne forventer en *faldende* efterspørgsel.

Samme figur viser også, at en betydelig del af virksomhederne forventer en *markant* stigende efterspørgsel frem mod 2025. Der er tale om 28 pct. for produkter og 21 pct. for serviceydelser. Det tegner alt i alt et billede af, at den grønne efterspørgsel efter virksomhedernes grønne løsninger vil stige betydeligt i de kommende år frem mod 2025.

Figur 3: **Hvordan forventer du, at efterspørgslen efter klimavenlige produkter/serviceydelser vil udvikle sig frem mod 2025 blandt din virksomheds kunder?**



**Kilde:** Dansk Erhvervs medlemsundersøgelse, februar 2021.

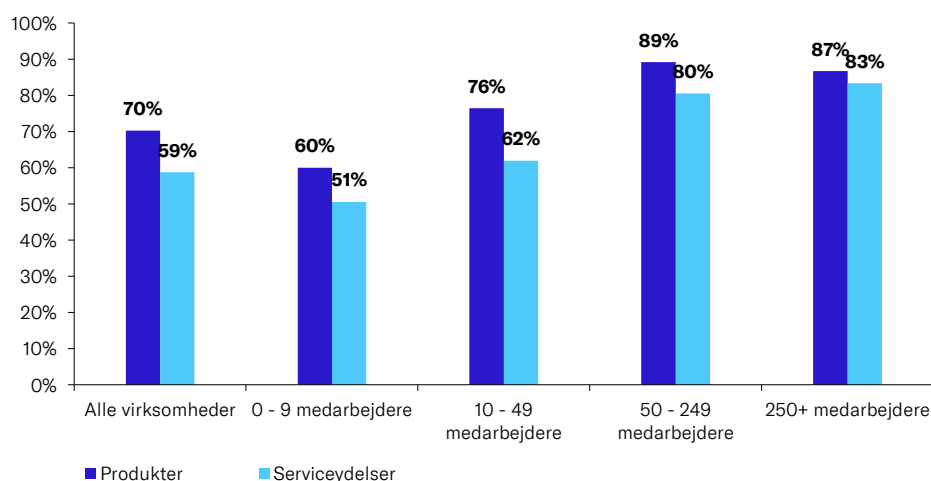
**Note:** n (Produkter) = 323, n (Serviceydelser) = 393.

Der er også her et klart billede af, at større virksomheder i højere grad end mindre virksomheder forventer en stigende efterspørgsel efter grønne løsninger frem mod 2025, se figur 4. I de mindste virksomheder forventer 60 pct. en stigende grøn efterspørgsel, mens det gælder for knap 90 pct. af de største virksomheder. Dermed er billedet det samme, som for den



nuværende grønne efterspørgsel; det er særligt de større virksomheder, som forventer en stigende grøn efterspørgsel.

Figur 4: **Hvordan forventer du, at efterspørgslen efter klimavenlige produkter/serviceydelser vil udvikle sig frem mod 2025 blandt din virksomheds kunder? Markant stigende og svagt stigende**



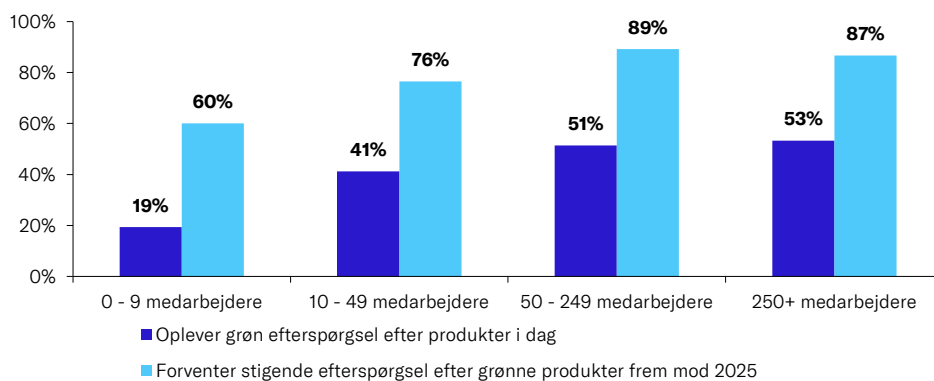
**Kilde:** Dansk Erhvervs medlemsundersøgelse, februar 2021.

**Note:** n (Produkter, 0-9 medarbejdere) = 155, n (Produkter, 10-49 medarbejdere) = 102, n (Produkter, 50-249) = 37, n (Produkter, 250+ medarbejdere) = 15, n (Serviceydelser, 0-9 medarbejdere) = 190, n (Serviceydelser, 10-49 medarbejdere) = 113, n (Serviceydelser, 50-249 medarbejdere) = 41, n (Serviceydelser, 250+ medarbejdere) = 18.

Det er dog samtidig værd at bemærke, at den forventede grønne efterspørgsel frem mod 2025 er markant på tværs af virksomhederne uagtet størrelse. I de mindste virksomheder er det fx kun 19 pct. af virksomhederne, som oplever grøn efterspørgsel på produkter i dag, mens det gør sig gældende for 60 pct. af virksomhederne, når de bliver spurgt til den forventede efterspørgsel i 2025.

Figur 5 og figur 6 herunder viser netop denne forskel i nuværende og forventet fremtidig grøn efterspørgsel. Den viser tydeligt, at både mindre og større virksomheder bør forberede sig på en markedssituation, hvor efterspørgslen efter grønne løsninger stiger markant.

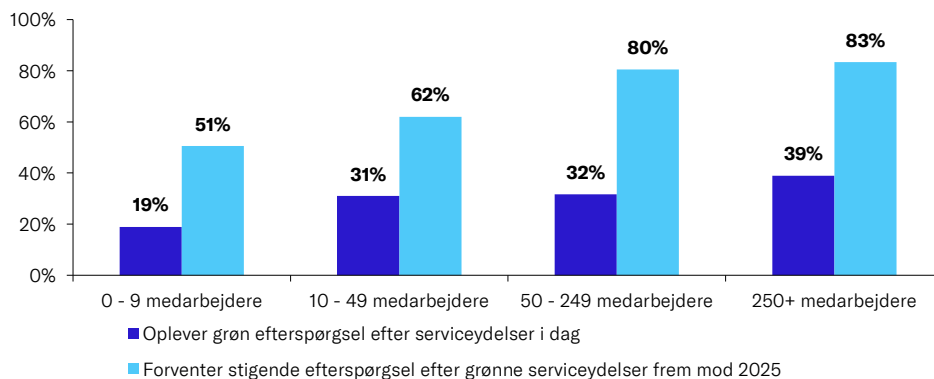
Figur 5: **Forskellen i andelen af virksomhederne, som oplever hhv. grøn efterspørgsel i dag og forventet grøn efterspørgsel i 2025 – produkter**



Kilde: Dansk Erhvervs medlemsundersøgelse, februar 2021.

Note: n (Produkter, 0-9 medarbejdere) = 155, n (Produkter, 10-49 medarbejdere) = 102, n (Produkter, 50-249) = 37, n (Produkter, 250+ medarbejdere) = 15.

Figur 6: **Forskellen i andelen af virksomhederne, som oplever hhv. grøn efterspørgsel i dag og forventet grøn efterspørgsel i 2025 – serviceydelser**



Kilde: Dansk Erhvervs medlemsundersøgelse, februar 2021.

Note: n (Serviceydelser, 0-9 medarbejdere) = 190, n (Serviceydelser, 10-49 medarbejdere) = 113, n (Serviceydelser, 50-249 medarbejdere) = 41, n (Serviceydelser, 250+ medarbejdere) = 18.

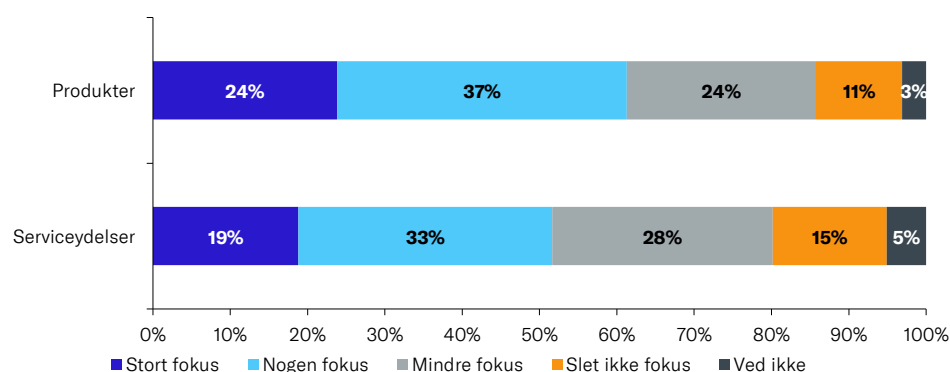
### 1.3 Virksomhederne fokus på at imødekomme den stigende efterspørgsel

Den forventede stigning i efterspørgsel efter grønne løsninger har haft den konsekvens for mange virksomheder, at de allerede i dag har betydeligt fokus på at gøre deres produkter og serviceydelser mere klimavenlige, se figur 7. 61 pct. af de virksomheder, som sælger produkter, har et betydeligt fokus på at gøre disse mere klimavenlige, mens det samme gør sig gældende for 52 pct. af de virksomheder, som sælger serviceydelser.

Omkring en fjerdedel af virksomhederne på tværs af de to kategorier har et *mindre fokus* på at gøre deres forretning grønnere, mens det kun er 10-15 pct. der på tværs af de to kategorier *slet ikke* har noget fokus på at gøre deres produkter/serviceydelser grønnere, end de er i dag.

Det understreger med al tydelighed, at virksomhederne i overvejende grad har kastet sig ind i kampen for at imødekomme den stigende grønne efterspørgsel frem mod 2025.

Figur 7: **I hvilken grad har din virksomhed fokus på at gøre jeres produkter/serviceydelser mere klimavenlige end de er i dag?**

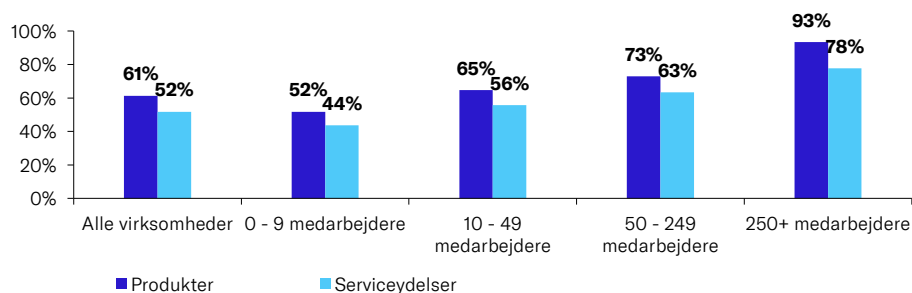


**Kilde:** Dansk Erhvervs medlemsundersøgelse, februar 2021.

**Note:** n (Produkter) = 323, n (Serviceydelser) = 393.

Helt på linje med forventningerne til den stigende efterspørgsel er det også de største virksomheder, som i størst omfang har fokus på at gøre deres produkter og serviceydelser grønnere end de er i dag, se figur 8. I de største virksomheder er det 93 pct. af virksomhederne, som sælger produkter, der allerede har fokus på at gøre deres produkter grønnere, mens det kun gør sig gældende for 52 pct. af virksomhederne med 0-9 medarbejdere. Samme mønster gør sig i øvrigt gældende for serviceydelser.

Figur 8: **I hvilken grad har din virksomhed fokus på at gøre jeres produkter/serviceydelser mere klimavenlige end de er i dag? Stort fokus og nogen fokus**



**Kilde:** Dansk Erhvervs medlemsundersøgelse, februar 2021.

**Note:** n (Produkter, 0-9 medarbejdere) = 155, n (Produkter, 10-49 medarbejdere) = 102, n (Produkter, 50-249) = 37, n (Produkter, 250+ medarbejdere) = 15, n (Serviceydelser, 0-9 medarbejdere) = 190, n (Serviceydelser, 10-49 medarbejdere) = 113, n (Serviceydelser, 50-249 medarbejdere) = 41, n (Serviceydelser, 250+ medarbejdere) = 18.

Virksomhederne kan have en lang række incitamenter til at gøre deres produkter eller serviceydelser grønnere end de er i dag, men særligt to er værd at nævne i denne sammenhæng.

Først og fremmest vil virksomhederne være tilbøjelige til at omlægge, hvis kunderne efterspørger det. Virksomheder vil i udgangspunktet altid være interesseret i at løfte omsætningen. Hvis grønne løsninger kan være en løftestang til øget salg, så vil de fleste virksomheder undersøge mulighederne for at imødekomme denne efterspørgsel.

For det andet kan virksomhederne øge deres indtjening ved at sænke omkostningerne i forbindelse med produktion eller levering af serviceydelser. Regeringen indgik i december 2020 en aftale med en række andre partier i Folketinget om en grøn skattereform<sup>3</sup>. Aftalepartierne er enige om, at en ensartet afgift på CO<sub>2</sub> er et afgørende instrument til at sikre reduktionsmålet på 70 pct. i 2030, men det er endnu ikke besluttet, hvordan denne afgift skal skrues sammen. Hvis man beslutter sig for en ensartet høj CO<sub>2</sub>-afgift, vil der alt andet lige være en større tilbøjelighed til at omlægge til grøn produktion eller serviceydelser, hvis man i dag har en høj udledning<sup>4</sup>.

Figur 9 herunder viser sammenhængen mellem fokus på omstilling til grønne løsninger og de to ovennævnte incitamenter til at omstille forretningen. For det første viser den sammenhængen ift. udledning i forbindelse med produktion/levering af serviceydelser i dag og for det andet viser den sammenhængen ift. forventninger til udvikling i grøn efterspørgsel frem mod 2025. Figuren viser kun sammenhængen for virksomheder, der sælger produkter.

<sup>3</sup> Finansministeriet. "Bred aftale om grøn skattereform baner vej for grøn omstilling i erhvervslivet". 08-12-2020.

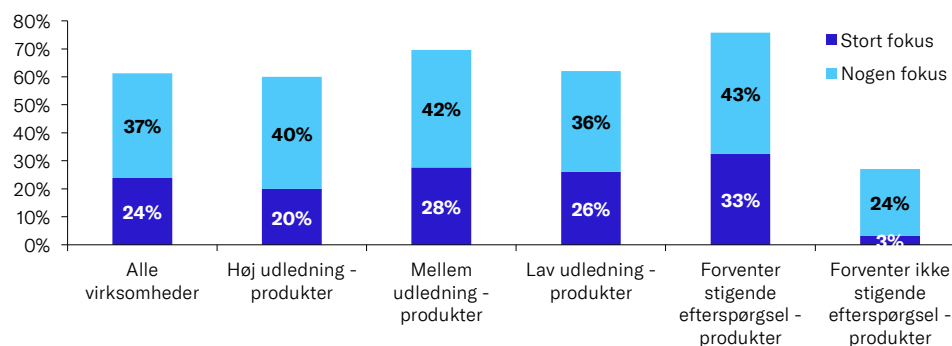
<sup>4</sup> <https://www.danskerhverv.dk/politik-og-analyser/analyser/sikkerhed-om-fremtidig-co2-afgift-skaber-investeringer-i-gron-energi/>

Først og fremmest er der *ikke* noget tydeligt billede af, at virksomheder med høj udledning af CO2 i produktionen i højere grad har fokus på at omlægge produktionen til grønne løsninger sammenlignet med virksomheder, der har en mindre udledning. Det er på trods af, at virksomheder med høj udledning bør kunne få større, langsigtede økonomiske gevinster ved at omlægge produktionen. Det kan dog være, at de allerede har høstet de vigtigste lavthængende frugter, eller at det er omkostningstungt for dem at ændre kurs. Her er det selvfølgelig værd at bemærke, at der endnu ikke er en politisk aftale om en ensartet høj CO2-afgift, hvorfor nogle virksomheder muligvis venter med omstillingen til de har klarhed over den kommende afgiftsstruktur.

På den anden side er der et tydeligt billede af, at de virksomheder, som forventer en stigende grøn efterspørgsel på produkter, har et langt større fokus på at omstille produktionen end virksomheder, der ikke forventer nogen betydelig stigning i grøn efterspørgsel.

Det tyder altså på, at markedsbaserede incitamenter virker i denne sammenhæng; hvis virksomheder kan løfte omsætningen ved at omlægge til grønnere produkter, så vil langt de fleste undersøge mulighederne for dette. Det er med til at underbygge argumentet om, at den grønne omstilling skal være markedsdrevet, hvis virksomhederne for alvor skal med på bølgen.

Figur 9: **I hvilken grad har din virksomhed fokus på at gøre jeres produkter/serviceydelser mere klimavenlige end de er i dag?**



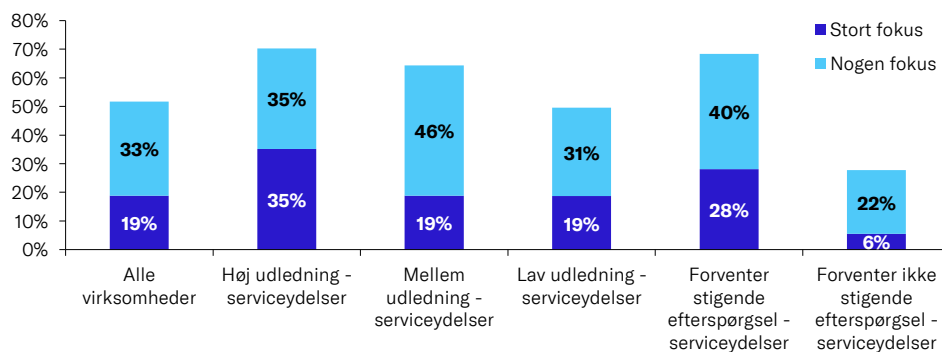
**Kilde:** Dansk Erhvervs medlemsundersøgelse, februar 2021.

**Note:** n (Alle) = 323, n (Høj udledning) = 20, n (Mellem udledning) = 112, n (Lav udledning) = 150, n (Forventer stigende efterspørgsel) = 227, n (Forventer ikke stigende efterspørgsel) = 96.

Figuren ovenfor gælder kun for *produkter*. Hvis vi i stedet vender blikket mod *serviceydelser*, er der en tendens til, at både efterspørgselsincitamentet og afgiftsincitamentet virker stimulerende for, hvor stor en andel af virksomhederne, som allerede nu har fokus på omlægning til grønne serviceydelser, se figur 10. Virksomheder med høj udledning i forbindelse med levering af deres serviceydelser har i dag et større fokus på grøn omstilling end virksomheder

med lavere udledning. Derudover er der ligesom for *produkter* en tydelig sammenhæng mellem omstilling til grønne serviceydelser og forventet efterspørgsel i 2025.

Figur 10: **I hvilken grad har din virksomhed fokus på at gøre jeres produkter/serviceydelser mere klimavenlige end de er i dag?**



**Kilde:** Dansk Erhvervs medlemsundersøgelse, februar 2021.

**Note:** n (Alle) = 393, n (Høj udledning) = 37, n (Mellem udledning) = 101, n (Lav udledning) = 214, n (Forventer stigende efterspørgsel) = 231, n (Forventer ikke stigende efterspørgsel) = 162.

## 1.4 Delkonklusion

Kapitlet har vist, at den grønne efterspørgsel for alvor er på vej. På trods af, at det stadigvæk er et mindretal af virksomhederne, som oplever betydelig grøn efterspørgsel i dag, angiver et betydeligt flertal af virksomhederne, at den grønne efterspørgsel stiger frem mod 2025. Det gælder både for virksomheder, som sælger produkter og serviceydelser. Derudover er der en tendens til, at større virksomheder oplever større grøn efterspørgsel end mindre virksomheder, selvom analysen også viser, at denne forskel formentlig udjævnes en smule over de kommende år, da også helt små mikrovirksomheder melder om stigende grøn efterspørgsel.

Endelig viser kapitlet også, at markedet virker; virksomheder, der oplever stigende grøn efterspørgsel, er langt mere tilbøjelige til at omstille til grønne løsninger. Det er derfor vigtigt, at kunderne (fx den offentlige sektor) er med at stimulere denne grønne efterspørgsel, så virksomhederne bidrag til at nå 2030-målet bliver så stort som muligt.

# Kapitel 2 – Virksomheders bæredygtighedsrapportering

I dette kapitel undersøger vi virksomhedernes arbejde med klima- og bæredygtighedsrapportering på virksomhedsniveau. Det gør vi på baggrund af Kapitel 1, hvor vi kunne dokumentere, at den grønne efterspørgsel eller produkter og services formentlig vil stige betydeligt i de kommende år frem mod 2025. I dette kapitel kigger vi både på rapportering om klima/miljø (E), men også social (S) og governance (G).

Analysen viser overordnet set, at kun 23 pct. af Dansk Erhvervs medlemmer foretager klimarapportering på virksomhedsniveau. De små og mellemstore danske virksomheder efterlyser viden og ressourcer for at kunne foretage korrekt rapportering. En stor del virksomhederne oplever også, at klimarapportering ikke er værdiskabende for deres forretning, samtidig med at rapporteringskravene er ressourcekrævende. Analysen viser derfor en generel skepsis blandt særligt de små virksomheder overfor virksomhedsrapportering på såvel klimaområdet som for øvrige bæredygtighedsindikatorer.

Endelig viser undersøgelsen, at en del af de store danske virksomheder er lykkedes med at integrere klima- og bæredygtighedsrapportering som en værdiskabende del af deres forretning, fordi det imødekommer en efterspørgsel hos særligt større offentlige og private kunder.

## 2.1 Virksomhedsrapportering på klimaindikatorer

For at kunne vurdere virksomhedernes klimapåvirkning og generelle bæredygtighedsfremskridt, er det nødvendigt med et transparent indblik i virksomhedernes påvirkning. For at opnå den indsigt kræver det, at virksomhederne løbende rapporterer på deres klima- og bæredygtighedsmæssige aftryk på en række relevante indikatorer.

I Danmark er det europæiske direktiv, der regulerer virksomheders bæredygtighedsrapportering, implementeret i årsregnskabsloven §99a om virksomheders lovpligtige redegørelse for samfundsansvar. Det indebærer, at det i dag er det lovpligtigt for virksomheder med over 250 medarbejdere (eller mere præcist regnskabsklasse C (stor) og D) at rapportere på virksomhedens arbejde med samfundsansvar eller bæredygtighed, herunder bl.a. klimapåvirkning og social bæredygtighed<sup>5</sup>. Direktivet er overimplementeret i Danmark, så selvom direktivet nu udvides på europæisk plan til at omfatte flere virksomheder, indebærer dette punkt ikke forandringer i Danmark.

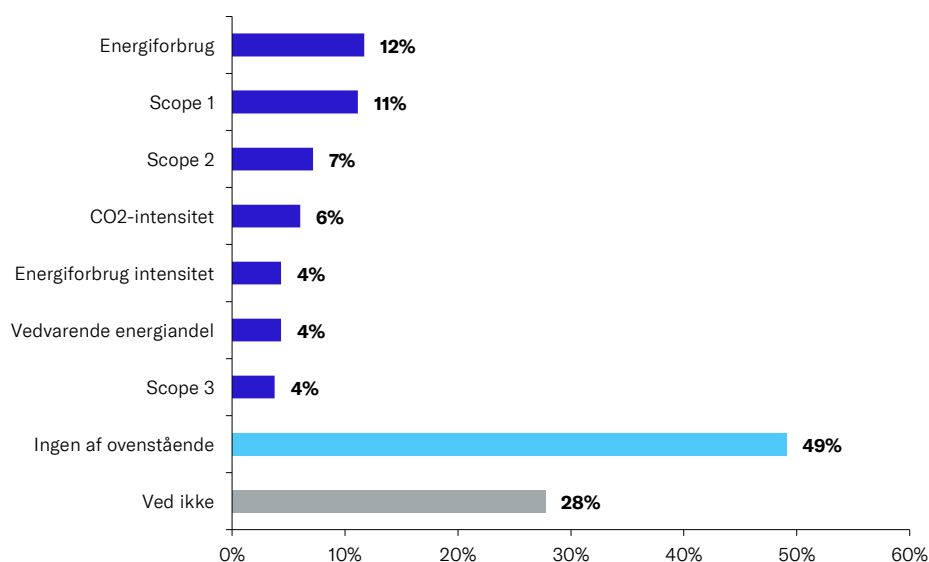
I dette kapitel ser vi på, hvor mange virksomheder, der arbejder med virksomhedsrapportering i dag og peger på nogle af de barrierer, som i dag afholder virksomheder fra at rapportere på bæredygtighedsindikatorer på virksomhedsniveau. Samtidig peger vi på, hvilke gevinster de rapporterende virksomheder finder ved at foretage virksomhedsrapportering.

<sup>5</sup> <https://danskelove.dk/%C3%A5rsregnskabsloven/99a>

Et mindretal af virksomhederne klimarapporterer i dag på virksomhedsniveau. Figur 11 viser, at kun 23 pct. af virksomhederne rapporterer i dag. Derudover svarer 49 pct. af virksomhederne, at de ikke klimarapporterer, mens den resterende del svarer *ved ikke*.

Virksomhederne, som i dag klimarapporterer, gør det primært på parametrene inden for energiforbrug og scope 1. Kun 4 pct. af virksomhederne svarer, at de i dag rapporterer på scope 3, dvs. hele værdikæden inkl. underleverandører.

Figur 11: **Hvilke af følgende indikatorer rapporterer din virksomhed jeres performance på i dag?**



**Kilde:** Dansk Erhvervs medlemsundersøgelse, februar 2021.

**Note:** n=530.

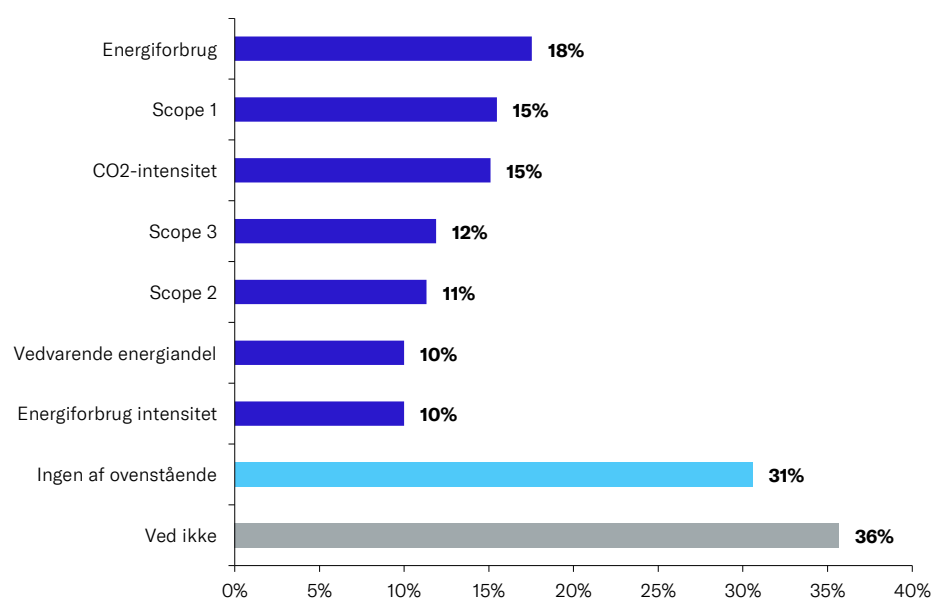
Vi har også spurgt virksomhederne, hvilke af de syv parametre for klimarapportering, som de forventer at rapportere på inden for de kommende år. Figur 12 viser andelen af virksomhederne, som forventer at klimarapportere inden for de kommende år. I dag rapporterer 23 pct. på ét af de syv klimaparametre; 33 pct. forventer at gøre det inden for de kommende år.

Tallene kan læses på to måder. På den positive side kan man sige, at andelen af klimarapporterende virksomheder vil stige med knap 50 pct. På den anden side kan man også konkludere, at to ud af tre virksomheder *ikke* forventer at klimarapportere, hvilket kan undre, når man tænker på den markante, forventede stigning i grøn efterspørgsel, som vi så i Kapitel 1.



Der ligger således en væsentlig opgave i at orientere virksomhederne om værdien i og nødvendigheden af klimarapportering, hvis vi skal have flere virksomheder med på vognen.

Figur 12: **Hvilke af følgende indikatorer vurderer din virksomhed vil være relevante at rapportere på inden for de kommende år for at give et fyldestgørende billede af jeres arbejde med bæredygtighed?**



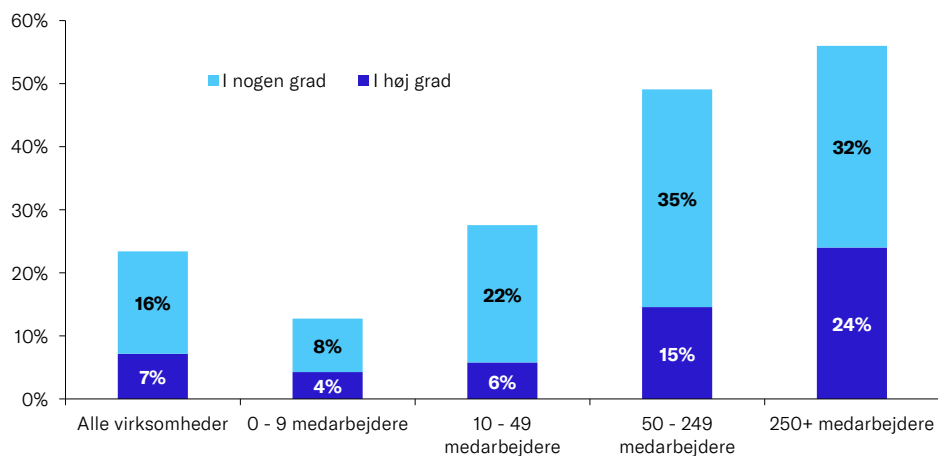
Kilde: Dansk Erhvervs medlemsundersøgelse, februar 2021.

Note: n=530.

## 2.2 Barrierer for rapportering på klimaindikatorer

At en stor del af virksomhederne ikke klimarapporterer kan skyldes, at de har svært ved at integrere klimarapportering i deres forretning. Mange af virksomhederne oplever, at virksomhedsrapportering ikke bidrager med værdi til virksomheden. Figur 13 viser, at kun 23 pct. af virksomhederne i nogen eller høj grad mener, at det er værdiskabende for deres virksomhed at klimarapportere.

Figur 13: **I hvilket omfang er det overordnet set værdiskabende for din virksomhed at lave klimarapportering?**



**Kilde:** Dansk Erhvervs medlemsundersøgelse, februar 2021.

**Note:** n(Alle)= 530, n(0-9 medarbejdere)=259, n(10-49 medarbejdere)=156, n(50-249)=55, n(250+ medarbejdere)=25.

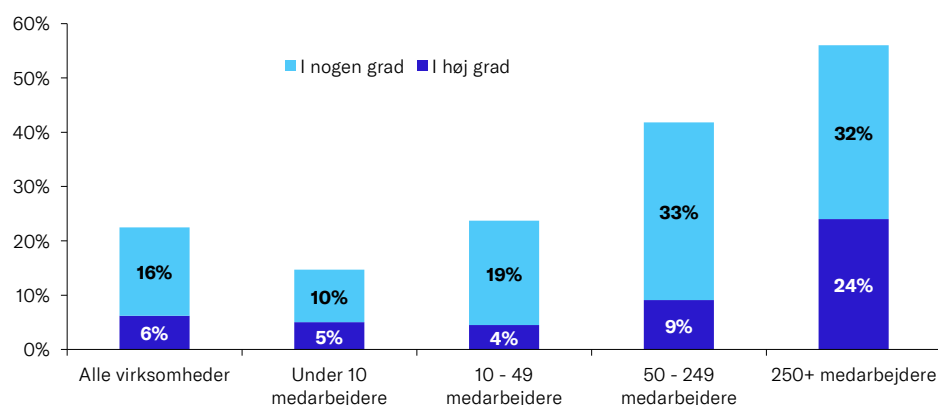
Der er dog stor forskel på, hvordan virksomhederne oplever virksomhedsrapportering, når man opdeler virksomhederne efter størrelse. Figur 13 viser, at det særligt er mikrovirksomhederne med mindre end ti ansatte, som ikke mener at rapportering på klimaindikatorer skaber værdi for deres virksomhed, mens de store virksomheder i langt højere grad finder fordele ved rapportering på klimaperformance.

50 pct. af virksomhederne med 50 til 249 medarbejdere oplever klimarapportering som en fordel, mens det samme gælder for 56 pct. af de store virksomheder med mere end 250 medarbejdere. Blandt mikrovirksomhederne med mindre end ti medarbejdere er det kun 12 pct. som mener, at klimarapportering er værdiskabende for deres forretning.

En anden barriere for virksomhedsrapportering er mangel på de rette ressourcer. Figur 14 viser, at kun 22 pct. af virksomhederne mener, at de har den nødvendige viden og de rette ressourcer til at møde de nuværende krav om klimarapportering på virksomhedsniveau.

**I hvilket omfang har din virksomhed overordnet set den nødvendige viden og de nødvendige ressourcer til at imødekomme de nuværende regler om klimarapportering?**

Figur 14:



**Kilde:** Dansk Erhvervs medlemsundersøgelse, februar 2021.

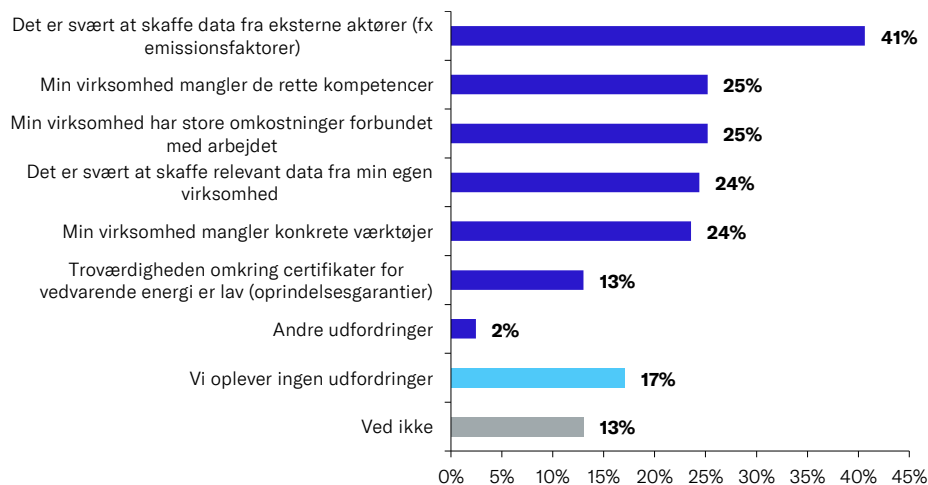
**Note:** n(Alle)= 530, n(0-9 medarbejdere)=259, n(10-49 medarbejdere)=156, n(50-249)=55, n(250+ medarbejdere)=25.

Det er særligt de små virksomheder, der ikke har de fornødne ressourcer til at foretage klimarapportering. Kun 15 pct. af mikrovirksomhederne med færre end 10 medarbejdere mener, at de har tilstrækkelige ressourcer og den nødvendige viden til at foretage klimarapportering, mens det gælder for 58 pct. af de største virksomheder med flere end 250 ansatte. Det underbygger dermed billedet af, at det særligt er de små virksomheder, som har brug for hjælp og vejledning til at komme i gang med at opgøre og rapportere om deres CO<sub>2</sub>-udledning.

Når vi spørger virksomhederne, som i dag klimarapporterer, hvilke udfordringer de møder i rapporteringen, så peger mange på vanskeligheder med at skaffe den nødvendige data. Figur 15 viser udfordringerne forbundet med klimarapportering.

Her svarer 41 pct. af de virksomheder, der i dag rapporterer på klimaindikatorer, at de oplever, at det er en udfordring at skaffe data fra eksterne aktører. Derudover peger en del af virksomhederne på, at de mangler de rette kompetencer og at virksomheden mangler konkrete værktøjer. Lige så mange virksomheder peger på, at klimarapportering er omkostningsfuldt og/eller at det er vanskeligt at skaffe de nødvendige data internt i virksomheden.

Figur 15: **Hvilke af følgende udfordringer gør sig gældende i jeres virksomhed, når I skal rapportere om jeres performance på klimaparametrene?**



**Kilde:** Dansk Erhvervs medlemsundersøgelse, februar 2021.

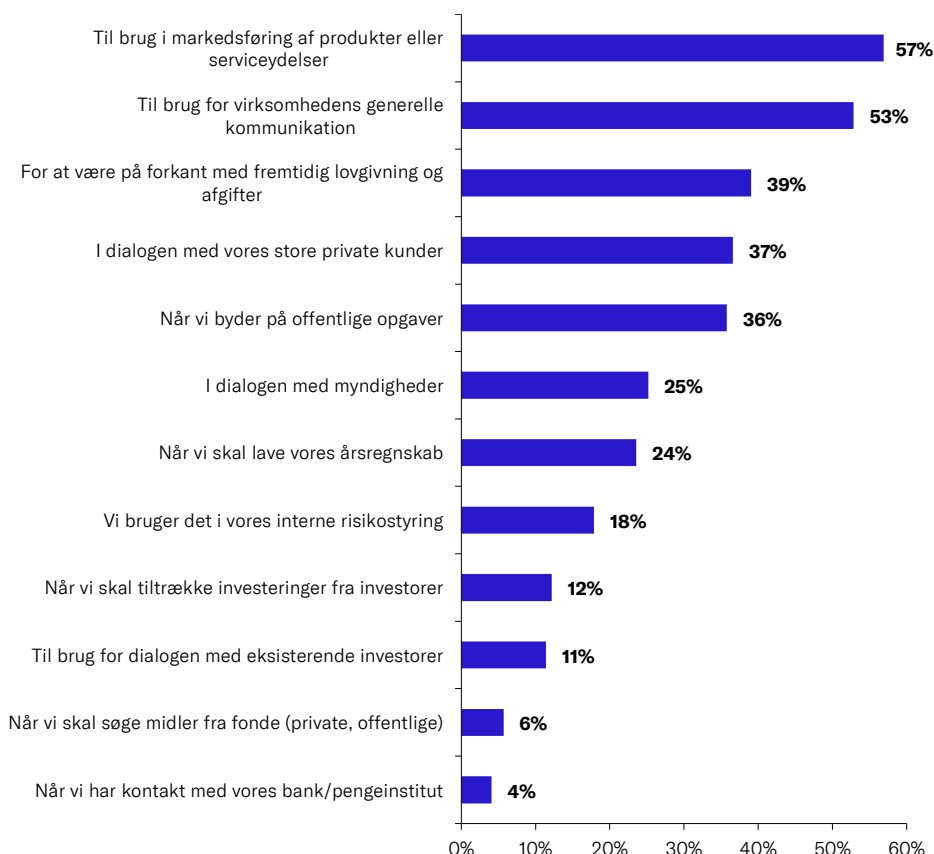
**Note:** n=123.

Virksomhederne oplever dog også væsentlige fordele ved klimarapportering. Figur 16 viser, at 57 pct. af de virksomheder, som foretager virksomhedsrapportering på klimaparametre i dag, ser særligt dokumentation af klimaperformance som en fordel, når det bidrager til markedsføring af produkter og serviceydelser. 53 pct. ser det også som en fordel for virksomhedens generelle kommunikation.

Figuren viser også, at 37 pct. af de virksomheder, som foretager virksomhedsrapportering på klimaparametre i dag, ser det også som en fordel i dialogen med større private kunder. Stort set samme andel (36 pct.) fremhæver også fordele ved klimarapportering, når virksomheden byder på offentlige opgaver. Endelig bruger 18 pct. virksomhedsrapporteringen i deres interne risikostyring, og ca. hver tiende bruger det i dag i dialogen med nuværende og potentielle investorer.

Der er altså en lang række fordele ved at klimarapportere, hvis virksomhederne kan overkomme de beskrevne barrierer for at komme i gang med rapporteringen.

Figur 16: **I hvilke sammenhænge er det en fordel for jer at kunne dokumentere jeres performance på klimaparametrene?**



Kilde: Dansk Erhvervs medlemsundersøgelse, februar 2021.

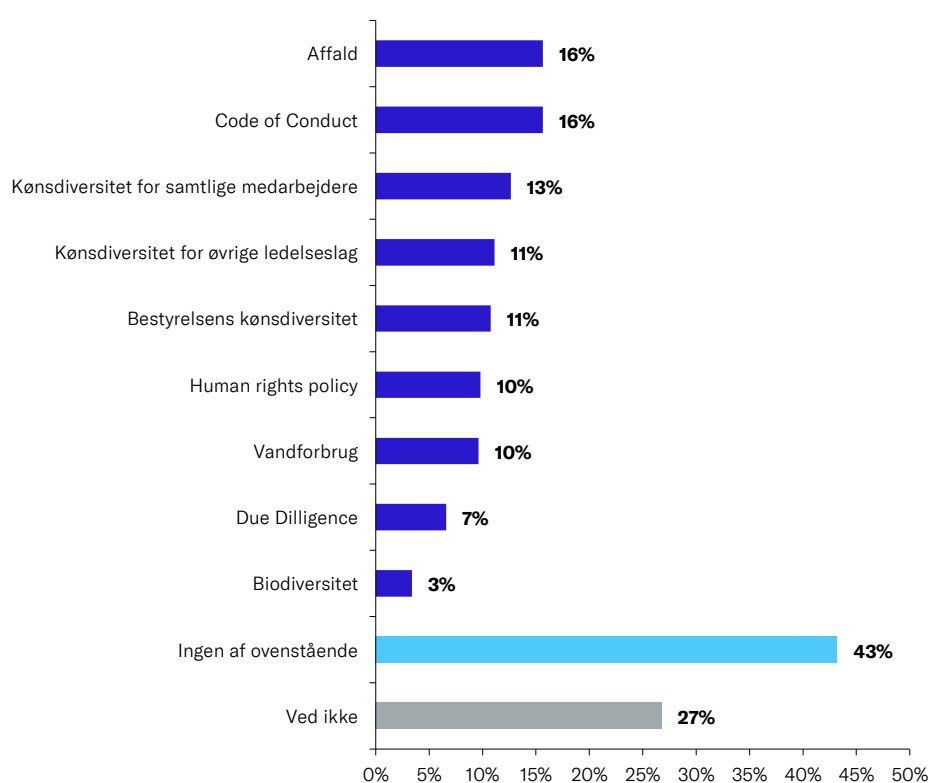
Note: n=123.

### 2.3 Virksomhedsrapportering på øvrige bæredygtighedsindikatorer

Indtil videre har fokus udelukkende været på virksomhedernes rapportering på klimaindikatorer. I det følgende vil vi se nærmere på rapportering på øvrige bæredygtighedsindikatorer, som ikke relaterer sig direkte til klima. Billedet er i høj grad det samme, som det vi så for klimarapporteringen. De største virksomheder har formået at integrere rapporteringen som en værdiskabende del af deres forretning, mens rapporteringen for SMV'erne er en ressourceopgave, hvor mange har svært ved at se det værdiskabende i at bruge tid på rapportering.

Overordnet set rapporterer 30 pct. af virksomhederne på øvrige bæredygtighedsindikatorer i dag. Figur 17 understøtter dermed billedet af, at en stor del af virksomhederne har fravalgt at rapportere på klima og øvrige bæredygtighedsindikatorer på virksomhedsniveau. Det er særligt de små virksomheder med mindre end ti ansatte, der ikke bæredygtighedsrapporterer i dag.

Figur 17: **Hvilke af følgende indikatorer rapporterer din virksomhed jeres performance på i dag?**

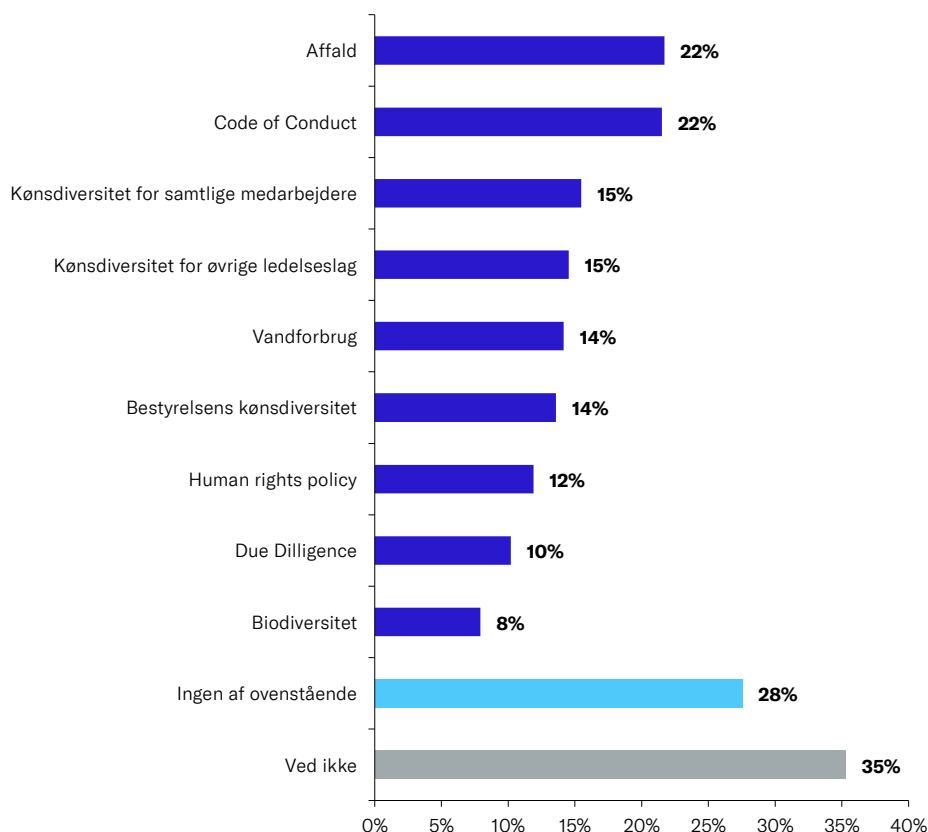


**Kilde:** Dansk Erhvervs medlemsundersøgelse, februar 2021.

**Note:** n=530.

Ligesom for klimarapportering forventer kun få virksomheder, som i dag ikke rapporterer på øvrige bæredygtighedsindikatorer, at begynde på det i de kommende år. Figur 18 viser, 37 pct. forventer at rapportere på øvrige bæredygtighedsindikatorer inden for de kommende år mod 30 pct. i dag. Samtidig har mange af virksomhederne (35 pct.) svært ved at vurdere, hvilke bæredygtighedsindikatorer, der er relevante for deres virksomhed.

Figur 18: **Hvilke af følgende indikatorer vurderer din virksomhed vil være relevante at rapportere på inden for de kommende år for at give et fyldestgørende billede af jeres arbejde med bæredygtighed?**



Kilde: Dansk Erhvervs medlemsundersøgelse, februar 2021.

Note: n=530.

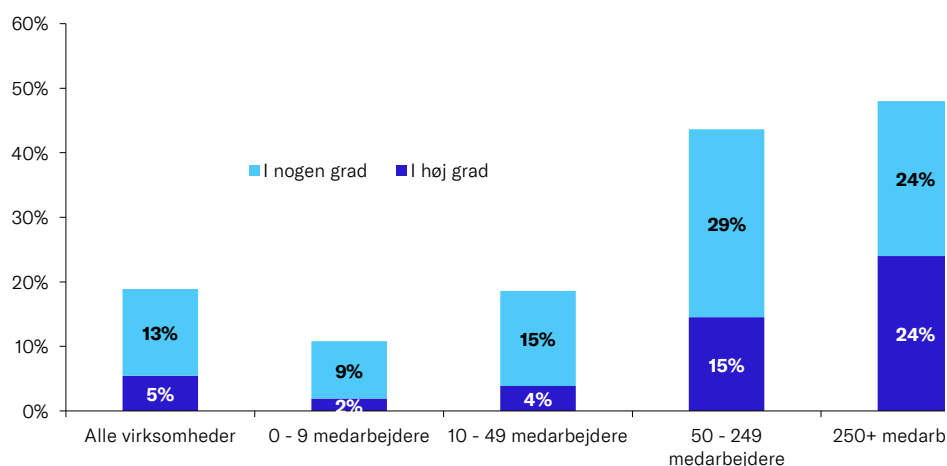
Det er særligt de mindre virksomheder som svarer, at de ikke ved, hvilke indikatorer der vil være relevante for dem at rapportere på i fremtiden, eller svarer at ingen af de listede indikatorer har relevans for dem. Det er altså tydeligt, at det særligt er de mindste virksomheder, som er skeptiske overfor virksomhedsrapportering på såvel klima som øvrige indikatorer.

## 2.4 Barrierer for rapportering på øvrige bæredygtighedsindikatorer

Virksomhederne oplever langt hen ad vejen de samme barrierer for rapportering på øvrige bæredygtighedsindikatorer som de gjorde for klimaindikatorer. Figur 19 viser, at kun 18 pct.

af virksomhederne anser bæredygtighedsrapportering på øvrige indikatorer som værdiskabende. Opdelt på virksomhedsstørrelse gælder det for 48 pct. blandt de største virksomheder med mere end 250 ansatte, mens kun 11 pct. af mikrovirksomhederne oplever bæredygtighedsrapportering som en værdiskabende del af virksomheden.

Figur 19: **I hvilket omfang er det overordnet set værdiskabende for din virksomhed at lave bæredygtighedsrapportering?**



**Kilde:** Dansk Erhvervs medlemsundersøgelse, februar 2021.

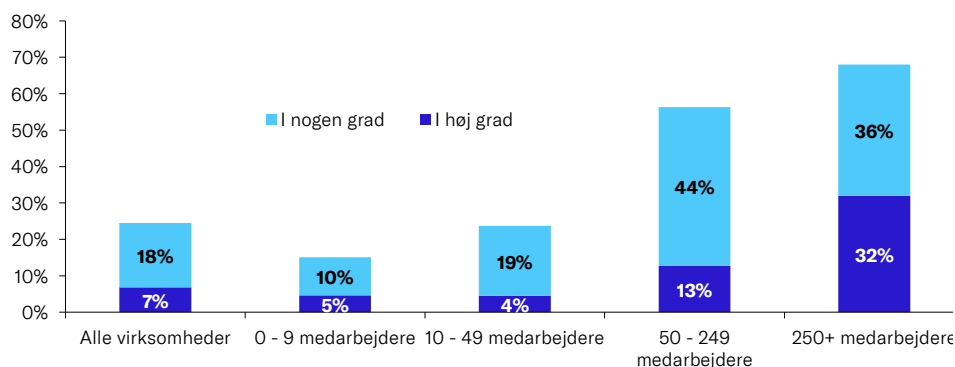
**Note:** n(Alle)= 530, n(0-9 medarbejdere)=259, n(10-49 medarbejdere)=156, n(50-249)=55, n(250+ medarbejdere)=25.

At de små virksomheder er skeptiske overfor virksomhedsrapportering kan skyldes, at de ikke mener, at de har de rette værktøjer eller den rette viden til at foretage rapporteringerne. Det er vigtig viden, og vi bør tage denne skepsis alvorligt og adressere den, så vi sikrer, at vi ikke taber en hel kategori af virksomheder på gulvet, når bæredygtighedslinien for alvor begynder at rulle.

Figur 20 viser, at kun én ud af fire virksomheder mener, at de har de nødvendige ressourcer og den nødvendige viden til at bæredygtighedsrapportere. For mikrovirksomhederne gælder det kun 15 pct. af virksomhederne.



Figur 20: **I hvilket omfang har din virksomhed overordnet set den nødvendige viden og de nødvendige ressourcer til at imødekomme de nuværende regler om bæredygtighedsrapportering?**



**Kilde:** Dansk Erhvervs medlemsundersøgelse, februar 2021.

**Note:** n(Alle)= 530, n(0-9 medarbejdere)=259, n(10-49 medarbejdere)=156, n(50-249)=55, n(250+ medarbejdere)=25.

## 2.5 Delkonklusion

Kapitel 3 har vist, at der stadig er en stor del af de danske virksomheder, som ikke rapporterer på klima- og bæredygtighedsindikatorer. Virksomhederne oplever langt hen ad vejen ikke, at rapporteringen er værdiskabende for deres virksomhed, og samtidig mangler de den fornødne viden og de fornødne ressourcer til at gøre det konsekvent. Dette gør sig særligt gældende for de mindste virksomheder.

Analysen peger dog også på, at der er store gevinster at hente ved at rapportere for virksomhederne, når virksomhederne formår at integrere rapporteringerne som en værdiskabende del af forretningen. At indfri det potentiale kræver at virksomhederne – og særligt de mindste virksomheder – får hjælp til at skaffe den nødvendige viden og de rette ressourcer til at løfte opgaven.

**DANSK ERHVERV**

Børsen  
1217 København K

[www.danskerhverv.dk](http://www.danskerhverv.dk)  
[info@danskerhverv.dk](mailto:info@danskerhverv.dk)  
T. + 45 3374 6000

**Vi handler på vegne af vores medlemmer**

I Dansk Erhverv handler vi hver dag på vegne af 18.000 medlemsvirksomheder og flere end 100 brancheforeninger. Vi er erhvervsorganisation og arbejdsgiverforening for et af verdens mest handlekraftige erhvervsliv.

Vi tilbyder rådgivning inden for medarbejder- og virksomhedsforhold og politisk gennemslagskraft. Vores indsatser bygger på medlemmernes aktive deltagelse i netværk og udvalg.

I Dansk Erhverv arbejder vi hver dag for, at Danmark bliver verdens bedste land at drive virksomhed i. Til gavn for arbejdspladser, velstand og Danmark i fremgang.

Vi arbejder for et Danmark med sammenhængskraft og handlekraft.