



Klimatrapportering 2008/2009

Statliga bolags redovisning av klimatarbetet

COP 15 i Köpenhamn närmar sig och Sverige som ordförandeland i EU har satt klimatfrågan högt på agendan i höst. Svenska staten står själva som ägare till en rad stora bolag i Sverige och har förväntningar på att dessa ska agera föredömen i miljöarbetet. Som en följd av detta har bland annat kraven på deras externrapportering ökat. Vår undersökning visar att de statliga bolagens kommunikation inte alls vittnar om en hög ambitionsnivå i klimatfrågan.

Bakgrund

Sveriges regering har genom sin klimatproposition¹ satt väsentliga klimatmål. Dessa mål ska uppnås dels genom åtgärder inom landet, dels genom tillgodoräkandet av koldioxidminskningar i internationella projekt. Näringslivet förväntas också visa aktivt deltagande och engagemang i arbetet.

De statliga bolagen är av varierande storlek och med varierande klimatpåverkan. Men det finns för alla en förväntan om att de ska vara relativt proaktiva på miljöområdet inom respektive bransch, då Regeringen genom sin ägarpolitik uttryckt en förväntan om att de ska agera föredömen.

Syftet med vår undersökning var att belysa hur väl de statligt ägda bolagen kommunicerar sitt eget klimatarbete. För att klimatarbetet ska framstå som trovärdigt, så krävs en rapportering som vittnar om att arbetet bedrivs målmedvetet och med ständiga förbättringar som ledstjärna. Vi vill med denna rapport lyfta fram såväl goda exempel som områden där bolagen kan förbättra sin klimatkommunikation.

Vår metod

Vi har undersökt de 20 största statliga bolagen, baserat på omsättning och antal anställda, samt ytterligare 8 st slumpmässigt utvalda statliga bolag. Undersökningen bygger på bolagens sammanlagda hållbarhetsrapportering, genom års- och hållbarhetsredovisningar för 2008 samt deras hemsidor som undersöktes i juli 2009.

Samtliga redovisningar och hemsidor har poängsatts utifrån kommunikationen av följande aspekter:

- Klimatmål, handlingsplaner och redovisade resultat.
- Risker och/eller möjligheter som klimatförändringar kan medföra för verksamheten och de ekonomiska konsekvenserna av detta.
- Balansen i rapportering, såsom öppenhet kring motgångar och tillkortakommanden.
- Interaktion/information till besökare på hemsidan (kalkylatorer, spel, uppmaningar etc.)

Poängen ges enbart utifrån vad som kommunicerats via de undersökta kanalerna. Men vi har även genom kompletterande sökning hos andra källor, samt genom ett antal uppföljande intervjuer med representanter från statliga bolag, inhämtat mer information till vår analys av resultatet.

I denna rapport har vi valt att aidentifiera bolagen i vår redovisning av slutresultaten, förutom att vi lyfter fram ett antal goda exempel.

¹ En sammanhållen klimat- och energipolitik. Klimat. Regeringens proposition 2008/09:162

Resultat

Vår undersökning visar på att flertalet av de statliga bolagen inte lyckas i sitt syfte att vara föredömen i klimatfrågan. Hållbarhetsrapporterna saknar en röd tråd från målsättningar, handlingsplaner och åtgärder, till redovisade resultat.

Inget bolag uppnådde maxresultat i undersökningen, vilket var 14 poäng. Men de två bolag som hamnade närmast fick 11 poäng vardera. Endast 8 av 28 bolag fick över 7 poäng.

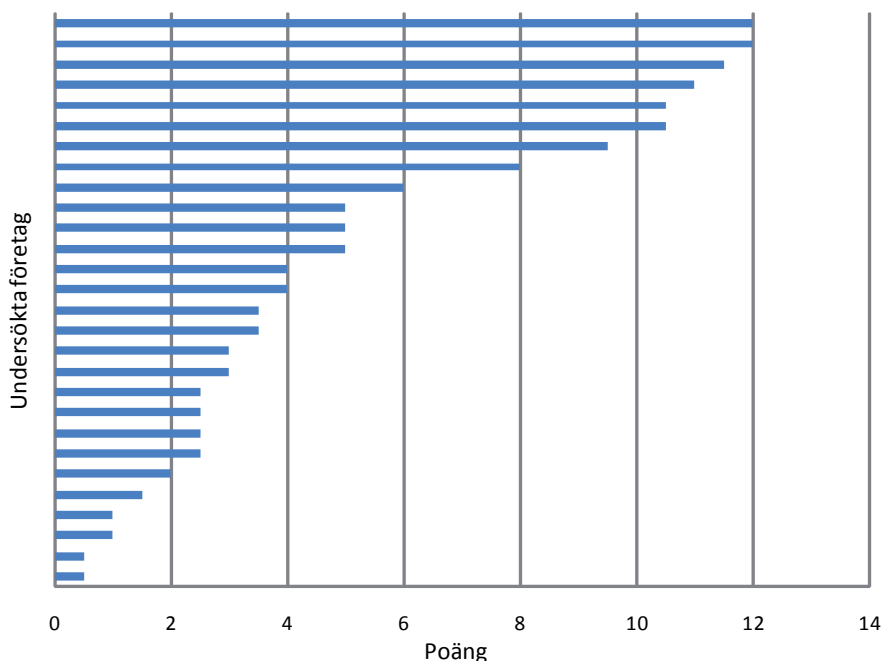
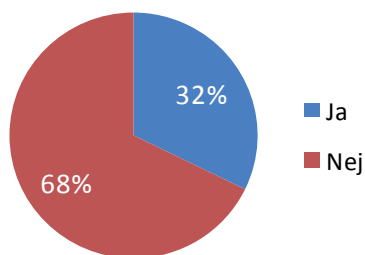


Fig 1. Rankinglista, spridning av bolagens resultat.

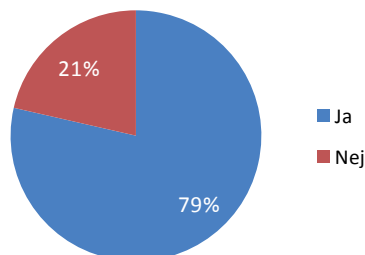
Rankinglistan ovan visar fördelningen av bolagens resultat i undersökningen. Medelpoängen bland bolagen är 4,8 poäng, medianvärdet 3,8 poäng.

Merparten av de undersökta bolagen redovisar sina koldioxidutsläpp för 2008. Men det finns svagheter i rapporteringen, då det är otydliga definitioner och icke enhetlig hantering av direkta och indirekta utsläppskällor. Dessutom är det många som inte redovisar sina utsläpp över tid eller kommentarer trenden.



Figur 2. Andel bolag med klimatmål i års- eller hållbarhetsredovisning.

En tredjedel av bolagen har satt klimatmål. Bland dessa finns dock även mål som redan uppfyllts men som inte ersatts av nya målsättningar. Flertalet mål är satta på lång sikt utan att delmål kommuniceras. Det finns dock ett antal bolag som satt såväl långsiktiga mål som specifika delmål.



Figur 3. Andel bolag som har redovisat någon åtgärd

De allra flesta bolagen har angett exempel på åtgärder med syfte att minska klimatpåverkan, såsom energibesparingar och energiomställning, miljöfordon, klimatvänligare och minskat tjänsteresande samt klimatkompensering.

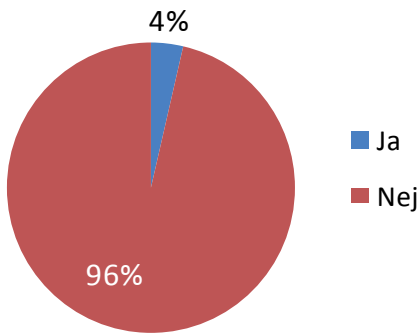


Fig 4. Redovisning av motgångar och svagheter.

Det som dock saknas är tydliga handlingsplaner och en rapportering som visar mer konkret hur dessa åtgärder har bidragit, eller kan bidra, till att målen uppnås.

Det är positivt att se att flertalet bolag för en diskussion kring de risker och möjligheter som klimatförändringar och klimatarbetet medför för deras verksamhet. Däremot, när det kommer till den finansiella kopplingen, som bland annat efterfrågas i GRI:s² riktlinjer, så är redovisningen mycket svag. Detta medför att läsaren inte kan få en tydlig bild av huruvida dessa risker eller möjligheter har någon väsentlig påverkan på bolagets framtida finansiella utveckling.

Överlag så är kommunikationen av klimatpåverkan, målsättningar, åtgärder och resultat bristfälliga även på bolagens hemsidor. Nästan alla hänvisar på ett tydligt sätt till sin års- eller hållbarhetsredovisning, men få väljer att använda hemsidan för att utveckla rapporteringen ytterligare. Det är däremot så att runt hälften av bolagen använder hemsidan för att på något sätt engagera hemsidornas besökare i klimatfrågan.

Den brist som framstår som störst, är bristen av rapportering av utmaningar, motgångar och svagheter i klimatarbetet. Här är det 2 av bolagen som har sådan rapportering.

² Global Reporting Initiatives riktlinjer för hållbarhetsrapportering, G3 www.globalreporting.org

Goda exempel

Våra generella slutsatser är att det finns stor förbättringspotential i bolagens klimatkommunikation. Bland redovisningarna finns det en del goda exempel som är väl värda att lyfta fram, och som kan inspirera andra bolag i deras arbete.

De bolag som fick högst sammanlagda resultat i vår undersökning var SAS och Vattenfall, tätt följt av Posten. I den del av undersökningen som gjordes på års- och hållbarhetsredovisningar var det SAS som fick högst resultat och det var Posten, Green Cargo och Vattenfall som fick högst resultat på kommunikationen via hemsidan.

Här nedan följer några goda exempel på klimatrapportering bland de undersökta bolagen.

- Vid hänsyn tagen till tydlighet, lättöverskådlighet och balanserad rapportering, så anser vi Postens redovisning vara ett föredöme, även för de bolag med högre totalpoäng. Redovisningen har en tydlig röd tråd och bra struktur. Mål, åtgärder, resultat och nya prioriteringar redovisas på ett sätt som vittnar om en systematik i arbetet.
- SJ är ett av de företag som visade att hemsidan kan användas för att engagera intressenter i de klimatfrågor som är aktuella för dem som bolag. SJ har bland annat ett spel och en miljökalkyl. Även Vattenfalls hemsida har ett tydligt fokus på klimatfrågan, med såväl kunder som allmänheten som målgrupp, bland annat genom deras klimatmanifest och energitips.
- Green Cargo är ett av de bolag som kommit längst när det gäller att belysa de risker om möjligheter som klimatfrågan innebär för dem som företag, och som även gjorde detta i förvaltningsberättelsen.
- Bilprovningen är ett föredöme när det gäller att inte bara redovisa åtgärder utan att också tydligt redovisa resultaten av genomförda åtgärder och de slutsatser som kan dras av dessa inför det fortsatta arbetet.
- Apoteket och Samhall är exempel på bolag som till viss del lyfter fram sina motgångar i klimatarbetet, såsom målsättningar som inte uppnåtts och som därmed visar mer öppenhet kring de utmaningar som klimatarbetet innebär.
- Det är en tydlig trend att de stora bolagen som hållbarhetsredovisat under längre tid har en mer omfattande klimatrapportering. Men bland de andra bolagen så står sig bland annat Akademiska Hus relativt bra i konkurrensen när det gäller rapporteringen i årsredovisningen.

Slutsats och rekommendationer

Undersökningen visar, rent generellt, att flertalet av redovisningarna har en relativt ytlig rapportering av hållbarhetsarbetet. I det specifika fallet med klimatfrågan ger det sitt uttryck i att det ofta saknas mål med tillhörande handlingsplaner. Trots att de uppföljande intervjuerna visar på att det i vissa fall pågår mer arbete än vad som kommuniceras, så kvarstår dock slutsatsen att klimatrapporteringen visar på att det saknas en systematik i hur denna fråga hanteras i bolagen.

För många av de statliga bolagen så är det första gången de hållbarhetsredovisar. Vi ser ett tydligt samband mellan dessa förstagångsredovisare och låga totalpoäng för klimatkommunikationen. Men även bland de bolag som sedan länge hållbarhetsrapporterat, genom publikationer och hemsidor, fann vi brister, framförallt när det gäller att belysa de finansiella konsekvenserna samt de utmaningar de står inför.

Bland de bolag som fick höga poäng, var det ett par redovisningarna som var väldigt omfattande och svåröverskådliga. Så vi ser även stor förbättringspotential bland dessa bolag, när det gäller att på ett tydligare sätt redovisa sitt klimat- och hållbarhetsarbete.

Klimatfrågan behöver inte nödvändigtvis hanteras som en egen fråga, utan kan bedrivas utifrån andra specifika miljöaspekter såsom energibesparingar. Men oavsett rubricering, så är ett systematiskt arbete nyckeln till såväl de kostnadseffektiviseringar som de marknadsmöjligheter som klimatarbetet kan medföra. Vi efterfrågar därför också en tydligare koppling mellan genomförda åtgärder och de resultat som där uppnås och framtida handlingsplaner. På så sätt kan även goda exempel spridas.

Det är slående hur lite hemsidorna används för att dels kommunicera det som återfinns i års- och hållbarhetsredovisningarna, dels för att komplettera med mer konkreta exempel från det pågående klimatarbetet. Det är ett flertal bolag som använder hemsidan som ett sätt att engagera intressenter i bolagets klimatarbete, vilket samtliga bolag borde kunna göra.

Hur bolagen väljer att redovisa är också en fråga om öppenhet och trovärdighet. Det är en tydlig trend att bolag skriver mer om positiva resultat än om motgångar, utmaningar och tillkortakommanden.

Vi har vid arbetet med undersökningen förstått att det bland flertalet bolag finns en diskrepans mellan vad som faktiskt görs och det som kommuniceras. Det finns exempel på företag som bedriver ett betydligt mer strukturerat arbete än vad som framgår av deras externa rapportering. Det finns även exempel på det omvända. Vår undersökning har inte som syfte att utkräva en utökad klimatrapportering hos samtliga dessa bolag, utan en tydligare rapportering. Det vi förespråkar är en öppenhet kring det arbete som bedrivs och vad som prioriteras. Om klimatfrågan inte är av väsentlig karaktär och inte prioriteras eller att ett klimatarbete inte påbörjats, så anser vi det vara bättre att kommunicera detta direkt istället för att publicera vaga formuleringar.

Vi anser det viktigt, när nu samtliga statliga bolag har börjat hållbarhetsredovisa, att bolagen i första hand vänder blicken inåt och gör en ordentlig genomlysning av vilket faktiskt hållbarhetsarbete som bedrivs, och behöver drivas framöver. På så sätt kan överensstämmelsen mellan det som redovisas och det som görs bli tydligare.

Vill du veta mer?

De statliga bolagen är välkomna att kontakta oss för att del av sina egna resultat i rankingen. Övriga får gärna kontakta oss för mer information om undersökningen i sin helhet.

Anna Bruun Månsson, tfn 040-627 08 45 eller Mia Barkland, tfn 08-789 04 45