

RAPPORT

# HUR JOBBAR NÄRINGSLIVET MED KLIMATFRÅGAN I SUNDSVALL?



**Uppdrag**

313406, Minskad klimatpåverkan Sundsvalls kommun  
Titel på rapport: Hur arbetar Näringslivet i Sundsvall med klimatfrågan  
Status: Rapport  
Datum: 2021-10-13

**Medverkande**

Beställare: Sundsvalls kommun  
Kontaktperson: Bertil Carlsson

Konsult: Ida Ingmansson, Niklas Rehn, Tyréns  
Uppdragsansvarig: Sandra Birgersson Roberts, Tyréns  
Kvalitetsgranskare: Elina Fraenkel, Anna Sjöström, Tyréns

## SAMMANFATTNING

Sundsvalls kommun har tagit beslutet att bli klimatneutrala till år 2030. I arbetet med att nå detta mål är alla aktörer viktiga. Denna rapport fokuserar på näringslivets roll på resan mot klimatneutralitet och baseras på en enkätundersökning och en djupintervjustudie. Nio djupintervjuer genomfördes med företag från industrisektorn, bygg- och fastighetssektorn samt transportsektorn verksamma i Sundvall. Dessa sektorer valdes ut då det inom dessa branscher släpps ut mycket koldioxid. Enkätundersökningen skickades också ut till en utvald grupp inom samma sektorer.

Rapporten syftar till att undersöka hur företagen arbetar med klimatfrågan idag och vilka utmaningar, behov av stöd och hjälp de tror sig behöva för att minska sin klimatpåverkan. Rapporten syftar även till att ge rekommendationer och åtgärdsförslag till Sundsvalls kommun för det fortsatta arbetet med att stötta näringslivets klimatomställning.

Resultatet av studien visar att merparten av företagen som intervjuades arbetar strategiskt med att minska sin klimatpåverkan och att de större företagen generellt har kommit längre och har bättre förutsättningar inom detta område. Det finns en gemensam uppfattning bland de intervjuade företagen att det är nödvändigt att arbeta med energieffektiviseringar och minskad klimatpåverkan idag för att inte bli utkonkurrerade i framtiden.

Det stöd från kommunen som efterfrågas av de intervjuade företagen var ekonomiskt stöd, kunskapsstöd, goda exempel på lyckade insatser för ett aktivt klimatarbete hos företag samt stöd kring arbetet med att införa olika certifieringar. De intervjuade företagen har också följande åtgärdsförslag; att Sundsvalls kommun värderar hållbarhet framför pris och inför klimatkrav vid upphandling, att Sundsvalls kommun blir en möjliggörare för olika samverkansforum, att Sundsvalls kommun för en dialog med branschen om vilka typer av klimatkrav som är möjliga att ställa och som branschen kan leva upp till innan upphandling genomför, att Sundsvalls kommun är med och startar upp ett lokalt LFM30, färdplan för klimatneutralt byggande i Sundvall samt att Sundsvalls kommun är med och startar upp ett liknande initiativ som Cleantech Östergötland<sup>1</sup>.

Tyréns rekommendationer för det fortsatta arbetet mot målgruppen "Näringslivet" sammanfattas i följande fyra punkter:

- 1. Utse en person som enbart arbetar med att stötta företagens klimatomställning som förslagsvis sitter på Näringslivsbolaget och ingår i kommunens övriga organisation kring arbetet med klimatfrågan.**
- 2. Sundsvalls kommun och kommunala bolag ska ställa relevanta klimatkrav vid upphandling och göra klimatsmarta inköp.**
- 3. Inköp och upphandlingsavdelningen får utökade resurser och kunskap för att kunna ställa relevanta klimatkrav.**
- 4. Näringslivsbolagets uppdrag förstärks och utökas till att stötta alla företag i Sundvall, stora som små med deras klimatomställning.**

---

<sup>1</sup> [Cleantech Östergötland | Nätverket för miljöteknikföretagen i Östergötland \(cleantechostergotland.se\)](https://www.cleantechostergotland.se)

## INNEHÅLLSFÖRTECKNING

	SAMMANFATTNING .....	3
<b>1</b>	<b>INLEDNING.....</b>	<b>5</b>
<b>2</b>	<b>METOD .....</b>	<b>5</b>
	2.1 DJUPINTERVJUER .....	5
	2.2 ENKÄTUNDERSÖKNING .....	6
<b>3</b>	<b>RESULTAT DJUPINTERVJUER.....</b>	<b>6</b>
	3.1 FÖRETAGENS STRATEGISKA ARBETE MED ATT MINSKA KLIMATPÅVERKAN.....	6
	3.2 FÖRETAGENS FAKTISKA KLIMATPÅVERKAN.....	6
	3.3 HINDER OCH UTMANINGAR I KLIMATARBETET.....	8
	3.4 FÖRSLAG PÅ ÅTGÄRDER OCH INSATSER.....	9
	3.5 FRAMTIDSSTRATEGI- HUR GÖRS AFFÄRER I ETT FÖRÄNDRAT KLIMAT? 9	
<b>4</b>	<b>RESULTAT ENKÄTUNDERSÖKNING.....</b>	<b>10</b>
	4.1 FÖRETAGEN SOM DELTOG I UNDERSÖKNINGEN .....	10
	4.2 INSTÄLLNING TILL KLIMATFRÅGAN .....	11
	4.3 ARBETE FÖR MINSKAD KLIMATPÅVERKAN.....	11
	4.4 ARBETE MED ENERGIEFFEKTIVISERING .....	12
	4.5 NÄTVERK OCH STÖD.....	12
<b>5</b>	<b>DISKUSSION.....</b>	<b>13</b>
<b>6</b>	<b>TYRÉNS REKOMMENDATIONER.....</b>	<b>14</b>
	<b>BILAGOR.....</b>	<b>15</b>
	6.1 BILAGA 1, ENKÄTSTUDIE.....	15
	6.2 BILAGA 2, FRÅGEGUIDE FÖR DJUPINTERVJUER.....	18

## 1 INLEDNING

I Sundsvalls kommuns arbete med att nå klimatneutralitet till 2030 är alla aktörer viktiga, både kommunkoncernen, näringslivet samt det civila samhället. I denna studie har Tyréns undersökt hur företagen i Sundsvalls klimatarbete ser ut idag och vilka utmaningar, behov av stöd och hjälp som företagen tror sig behöva i sitt arbete med att minska klimatpåverkan. Arbetet har resulterat i en åtgärdslista och en rekommendation till Sundsvalls kommun för det fortsatta arbetet med klimatomställningen inom Näringslivssektorn.

## 2 METOD

Tyréns har genomfört en kvantitativ enkätstudie som kombinerats med en kvalitativ intervjuundersökning. På grund av ett lågt deltagande i enkätundersökningen kan den inte anses statistiskt tillförlitlig. Denna rapport utgår därför i huvudsak från intervjustudien.

I Sundsvall finns cirka 11 000 företag och en totalundersökning av samtliga företag var inte möjlig i denna undersökning. Urvalet i undersökningen har därför gjorts inom de tre sektorer där klimatpåverkan är störst vilket är byggsektorn, transportsektorn samt industrin.

### 2.1 DJUPINTERVJUER

Tyréns genomförde semistrukturerade djupintervjuer med hållbarhetschefer, eller med motsvarande roll hos nio olika företag. Ambitionen var att intervjua fem företag från de tre utvalda sektorerna och att både små, medelstora och stora företag skulle ingå bland de fem företagen. Totalt var målsättningen att intervjua 15 företag, det var dock väldigt svårt att få mindre företag att ställa upp på intervjuerna samt även några av de större. Därefter blev slutresultatet att nio företag intervjuades.

Urvalet för intervjuerna gjordes i samarbete med Näringslivsbolaget. Ett så kallat bekvämlighetsurval anammades, det vill säga urvalet gjordes främst genom att använda redan upparbetade kontakter hos Näringslivsbolaget samt att Tyréns gjorde ett urval från en lista med företag som Näringslivsbolaget hämtat från bolagsverket. De utvalda företagen fick en inbjudan till att delta på intervjuerna per mejl, mejlen följdes därefter upp med ytterligare mail samt sms och telefonsamtal. Följande företag intervjuades:

Industriföretag:

- Peab Asfalt (Medelstort)
- Matfors industriservice (Medelstort)
- Kubal (Stort)

Företag inom transportsektorn:

- Kyl och Frysexperten Nord (Medelstort)
- Sundfrakt (Medelstort)

Företag inom bygg- och fastighetssektorn:

- Skanska (Stort)
- VTG Entreprenad (Medelstort)
- Sundsvallsbyggarna (Medelstort)
- Mitthem (Medelstort)

Intervjuerna genomfördes digitalt över teams och svaren har sammanställts i kapitel 3.

## 2.2 ENKÄTUNDERSÖKNING

En kvantitativ enkät skickades ut i syfte att få en representativ bild av klimatarbetet hos företag inom Sundsvalls kommun. Enkätundersökning bestod av 24 frågor kopplade till rapportens frågeställningar, se bilaga 1 för fullständig enkät.

I juni skickades 100 e-postmeddelanden ut till en blandning av små, medelstora och stora företag. Samtliga företag ingick i de utvalda sektorerna, bygg-, transport- och industrisektorn. Utöver detta lades en länk till enkäten ut i näringslivsbolagets nyhetsbrev för september 2021 med uppmaning om att besvara enkäten. Initiativet togs för att öka antalet svar, men innebar att företag inom alla sektorer kunde svara. Totalt inkom 28 svar vilket inte är tillräckligt för att kunna dra några statistiskt säkerställda slutsatser. Trots allt kan resultatet ge en indikation till om svaren som framkommit i intervjuundersökningen är representativa samt en uppfattning om företagens inställning och progress i klimatfrågan i stort.

## 3 RESULTAT DJUPINTERVJUER

Nedan redovisas resultaten från de genomförda djupintervjuerna. Intervjufrågorna som besvaras i de olika kapitlen är kursiverade. För fullständig intervjuguide, se Bilaga 2.

### 3.1 FÖRETAGENS STRATEGISKA ARBETE MED ATT MINSKA KLIMATPÅVERKAN

*Arbetar ni strategiskt med att minska er klimatpåverkan idag?*

*Har ni tagit fram en handlingsplan med mål och åtgärder kopplat till ert klimatarbete?*

Samtliga intervjuade företag bedriver ett strategiskt miljö- och klimatarbete. 8 av de 9 företagen har tagit fram strategier och handlingsplaner med mål för klimatarbetet.

Följande målsättningar återfinns bland de intervjuade företagen:

- fossilfria utsläpp från 2025
- klimatneutralitet efter 2030
- systematiskt klimatreduceringsarbete med hållbarhetsåtgärder i alla projekt
- klimatneutralitet 2040
- minska tjänstemil och interna koldioxidutsläpp
- minskad energiförbrukning med 25procent till år 2030
- fossilfria till 2022
- sänka koldioxidutsläpp med 5procent per år till 2030
- sänka koldioxidutsläpp med 70procent till år 2026.

Ett av de intervjuade företagen påpekar att Sundsvalls kommuns mål om att vara klimatneutrala år 2030 inte är ett realistiskt mål då Sundsvall är en industritung kommun med flera tillverkningsindustrier och ett aluminiumsmältverk som orsakar stor klimatpåverkan.

### 3.2 FÖRETAGENS FAKTISKA KLIMATPÅVERKAN

*Anser ni att klimatförändringarna kommer att påverka er verksamhet?*

### *Känner ni till ert företags främsta klimatpåverkan?*

Alla de intervjuade företagen instämmer i att klimatförändringarna kommer att påverka deras verksamhet. Två av byggföretagen nämner också att deras verksamhet redan påverkas av klimatförändringarna. Ett av de intervjuade företagen inom industrisektorn beskriver klimatförändringarnas påverkan som indirekt då de inte ser någon direkt påverkan på den egna verksamheten men däremot på marknaden. Denna påverkan har också än så länge upplevts som positiv för företaget då det skapar mer jobb. Klimatpåverkan i sig upplevs även av flera företag som något som skapar affärsmöjligheter och möjligheter att ta marknadsandelar om företaget har en bättre och mer klimatsmart lösning än konkurrenterna.

De intervjuade bygg- och fastighetsföretagen lyfter fram resurshantering i form av det material som används vid nybyggnation och ombyggnation som deras främsta källa till negativ klimatpåverkan. De är också medvetna om att det inom detta område finns stor förbättringspotential. Intervjupersonerna efterfrågar att beställare börjar ställa hårdare klimatkrav vid upphandling. Idag utvärderas oftast priset snarare än det klimatsmartaste alternativet vid upphandling.

Transportföretagen har god kännedom om verksamheternas klimatpåverkan, vilken främst kommer från användningen av fossila bränslen som drivmedel samt från energiförbrukning i lokaler. Intervjupersonerna menar att det finns många olika alternativ idag för att minska klimatpåverkan från fossilfria drivmedel, men att befintlig infrastruktur kan leda till begränsningar. Det vill säga att det inte alltid finns möjlighet att tanka med HVO, vätgas eller el.

De intervjuade industriföretagen nämner att deras främsta klimatpåverkan kommer från transporter, energianvändning samt från produktframställning. Ett av de intervjuade företagen nämner att de arbetar med att utveckla tekniska lösningar som minskar företagets klimatpåverkan. Vidare nämner intervjupersonerna att det finns stor potential för ytterligare arbete med energieffektivisering för att minska klimatpåverkan, exempelvis genom värmeåtervinning, minskad förbrukning och genom att optimera transporter.

### *Arbetar ni med energieffektivisering?*

Alla de intervjuade företagen utom ett företag arbetar aktivt med energieffektivisering. Åtgärder som nämns är uppdatering till LED-belysning i lokaler, att upphandla grön el, installation av solpaneler på fastigheterna, samt värmeåtervinning i industriella processer.

### *Använder ni några verktyg idag för att beräkna och kartlägga er klimatpåverkan?*

De intervjuade företagen använder i varierande utsträckning olika beräkningsverktyg för att kartlägga klimatpåverkan. En återkommande synpunkt kring de olika verktygen är att de kan kräva stor handpåläggning och att det finns för många olika system att välja mellan. Beräkningsverktyg/modeller som de intervjuade företagen använder idag är SH Klimatkalk, EPD:er, Insikt projektuppföljning, Vitec samt till viss del interna beräkningsmodeller.

### 3.3 HINDER OCH UTMANINGAR I KLIMATARBETET

*Vilka hinder och utmaningar ser ni i ert arbete med att minska klimatpåverkan?*

Att ha rätt kunskap och att hänga med i utvecklingen inom klimatområdet är en identifierad utmaning hos alla de intervjuade företagen. Företagens kunskapsnivå inom klimatområdet beskrivs som relativt god men flera påpekar att mycket handlar om att hålla sig uppdaterad och att det sker en snabb utveckling inom olika områden som kan påverka deras verksamhet.

En utmaning som nämns av ett av industriföretagen är att väga kostnader för en åtgärd gentemot vilken klimatnytta åtgärden genererar. Det anses vara en ständig balansgång att bedöma vad som är ekonomiskt försvarbart för företagen att genomföra. Samtidigt, menar en av intervjupersonerna, är det nödvändigt att hitta nya sätt att minska företagets klimatpåverkan för att inte bli utkonkurrerade i framtiden, när kraven på minskade utsläpp och energieffektivisering skärps.

De intervjuade bygg- och fastighetsföretagen anser att beställarkrav kopplat till klimat och energifrågor är för lågt ställda och att marknaden inte är tillräckligt mottaglig för nya produkter och innovationer. Intervjupersonerna upplever att det saknas betalningsvilja hos kunden och att kunden inte är villig att betala mer för en klimatsmart lösning.

Transportföretagen upplever framförallt att det finns utmaningar med att få fler aktörer inom branschen att dra åt samma håll för att skapa rätt förutsättningar för klimatomställningen. De anser vidare att det är en stor utmaning att få med politiker på tåget samt att det i vissa fall krävs en ändring i lagstiftningen för att det ska gå att få till den omställning som krävs. Nätverkande och att inte enbart se andra företag inom samma bransch som konkurrenser beskrivs som en viktig framgångsfaktor för att komma längre i klimatarbetet. Önskan finns om att upphandlingskrav ska vara mer specifika för att det ska finnas möjlighet att leverera en transportlösning med bästa tänkbara miljöprestanda samt att beställare är beredda att betala mer för en hållbarare lösning.

En annan utmaning är att besluta om vem som ska bära kostnaderna för infrastrukturen. Företagen i fråga är villiga att investera i nya tekniker och fordon men de har inte alltid ekonomi att bygga exempelvis en egen tankstation för HVO eller vätgas för att förse fordonen med fossilfria drivmedel.

Tabell 1. Hinder och utmaningar för ett aktivt klimatarbete

Utmaningar och hinder	Antal intervjuer
Värdera kostnaden för en åtgärd gentemot den klimatminskning den ger	3
Lågt ställda upphandlingskrav	6
Svårighet att etablera samarbeten	2
Resursbrist, tid, pengar och kunskap	3
Ekonomiska begränsningar	5
Förändring av lagstiftning och regelverk	4
Beteendeförändringar	3



### 3.4 FÖRSLAG PÅ ÅTGÄRDER OCH INSATSER

*Vilket fortsatt stöd behöver ni framgent för att kunna nå klimatneutralitet? Till exempel från Sundsvalls kommun.*

Under intervjuerna identifierades att företagen efterfrågade ekonomiskt stöd för att möjliggöra nya hållbarhetsprojekt, kunskapshöjande stödinsatser, stöd och goda exempel på hur man följer upp sitt klimatarbete samt stöd med att införa olika certifieringar som ett av företagen uttrycker både är mycket kostsamt och tidskrävande.

*Har du förslag på åtgärder/insatser för att Sundsvalls kommun ska kunna bli klimatneutral år 2030?*

De intervjuade företagen föreslår följande åtgärder som skulle kunna bidra till att Sundsvall når sitt mål 2030:

- att Sundsvalls kommun värderar hållbarhet framför pris och inför klimatkrav vid upphandling
- att Sundsvalls kommun blir en möjliggörare/facilitator för olika samverkansforum och dialog
- att Sundsvalls kommun för en dialog med branschen om vilka typer av klimatkrav som är möjliga att ställa och som branschen kan leva upp till innan upphandling genomförs
- att Sundsvalls kommun är med och startar upp ett lokalt LFM30, färdplan för klimatneutralt byggande i Sundsvall
- att Sundsvalls kommun är med och startar upp ett liknande initiativ som Cleantech Östergötland.

### 3.5 FRAMTIDSSTRATEGI- HUR GÖRS AFFÄRER I ETT FÖRÄNDRAT KLIMAT?

*Hur ser er marknad ut i en klimatneutral värld?*

*Hur ser er affärsmodell ut för att komma dit/vara säkra på att ni har en framtid?*

Ett av de intervjuade företagen menar att en omställning av verksamheten för att anpassa den till ett framtida förändrat klimat kan upplevas utmanade både ekonomiskt och beteendemässigt, men att det är en nödvändighet för att få bättre konkurrenskraft i framtiden. De intervjuade företagen upplever att det kommer att stärka deras konkurrenskraft att satsa på ett aktivt klimatarbete och att det på sikt även kommer att bli lönsamt. Samverkan mellan branscher och företag anses vara en framgångsfaktor i omställningsarbetet. Digitalisering beskrivs som en annan framgångsfaktor, och är bland annat ett viktigt verktyg för att effektivisera processer och leverantörskedjor. För framtidsmarknaden poängteras det upprepade gånger att det måste finnas en vilja att våga satsa hållbart, både som beställare och leverantör.

Bygg- och fastighetsföretagen menar att arbeta med klimatfrågor och att fokusera på hållbara lösningar är en framgångsfaktor för att kunna göra affärer i ett framtida förändrat klimat. En viktig förutsättning är att beställarsidan börjar ställa krav på klimatsmarta alternativ i ett tidigt skede. Sammantaget ser samtliga intervjupersoner från bygg- och fastighetsföretagen det som en nödvändighet att arbeta med

klimatförbättrande åtgärder då det leder till stärkta marknadsandelar och minskar risken för att bli utkonkurrerad.

Transportföretagen menar att det är svårt att förutse hur deras affär ser ut i ett framtida klimat, eftersom det idag finns många olika lösningar att välja mellan som elektrifiering, bibränslen och bränsleceller, och det är svårt att säga idag vilken lösning som är den bästa att satsa på. En viktig strategi som de intervjuade transportföretagen lyfter fram är att ha flera olika transportlösningar redo för att kunna möta kundernas förväntningar i framtiden. Ett av företagen ser vikten av att skapa samsyn mellan aktörer inom branschen och politiker för att säkerställa att rätt förutsättningar skapas.

Vad tror ni är bästa strategin? Att vara:

- a) *Reaktiv- att bara göra det som lagen kräver*
- b) *Aktiv – göra det som andra verkar göra*
- c) *Proaktiv – ligga i framkant och leda utvecklingen*

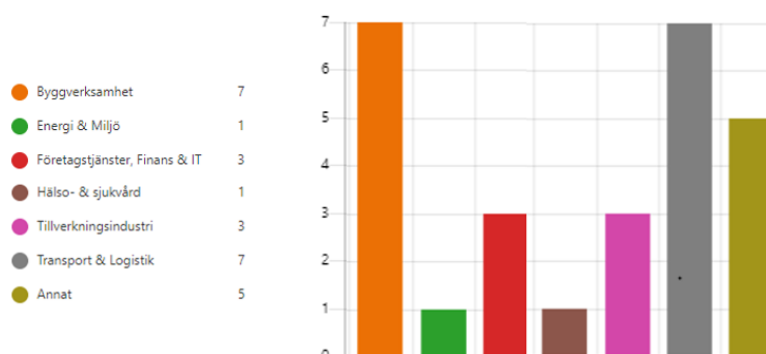
Beträffande framtiden och vilken strategi som är bäst att anamma har företagen tillfrågats om vägen framåt är att vara reaktiv, aktiv eller proaktiv. Ingen av de tillfrågade ser strategin, att vara *reaktiv* (att bara göra det som lagen kräver) som rätt väg att gå. Tre av nio företag uppger att vara *aktiv* (att göra det som andra verkar göra) är en bra strategi och de resterande sex företagen tycker att *proaktiv* (att ligga i framkant och leda utvecklingen) är den givna strategin. Samtidigt resonerar flera att en kombination av proaktiv och aktiv kan vara avgörande för att ha möjlighet att påverka marknaden framåt.

## 4 RESULTAT ENKÄTUNDERSÖKNING

I detta kapitel ges en övergripande redovisning av enkätresultaten där mönster och beaktansvärda svar lyfts fram och analyseras.

### 4.1 FÖRETAGEN SOM DELTOG I UNDERSÖKNINGEN

I enkätundersökningen deltog totalt 28 företag från olika branscher enligt tabellen nedan.



Figur 1: visar fördelningen av branscher som deltog i enkätundersökningen

Av de svarande utgjordes majoriteteten av små företag med 2-10 anställda samt mellanstora företag med 11-50 anställda. Dock fanns företag inom alla storlekskategorier representerade.



Figur 2: visar fördelningen av antalet anställda hos företagen

#### 4.2 INSTÄLLNING TILL KLIMATFRÅGAN

I frågan om hur viktig klimatfrågan var skattade byggbranschen frågan något högre än övriga. Medelvärdet på en skala från 1-10 var 6,9 bland samtliga svarande. Byggbranschen, transport och logistik samt tillverkningsindustrin som står för den största delen av utsläppen i Sundvall skattade frågan som viktigare än genomsnittet av de svarande. Den tydligaste fördelningen som gick att utläsa var dock kopplad till företagets storlek. Ju större företag desto högre prioriterades klimatfrågan, något som var genomgående för alla branscher.

På frågan om hur mycket företagen trodde att klimatförändringarna skulle påverka deras egen verksamhet skattade företagen risken som måttlig, 6,4 i genomsnitt på en skala från 0-10. Även här trodde sig stora företag sig bli mer påverkade än de mindre företagen. Transportbranschen stack ut som den bransch som trodde sig bli mest påverkad.

#### 4.3 ARBETE FÖR MINSKAD KLIMATPÅVERKAN

Kopplat till frågan om företagen arbetar med att minska sin klimatpåverkan i dagsläget ombads respondenterna att uppskatta hur stor del av deras budget som lades på att minska företagets klimatpåverkan. Tillverkningsindustrin var den bransch som sa sig lägga störst andel av budgeten på att minska klimatpåverkan och de lade i genomsnitt dubbelt så mycket av budgeten som genomsnittet för samtliga branscher. Generellt sett angav företagen att de endast lade en liten del av budgeten på att minska klimatpåverkan, 3,8 på en skala från 0-10 där 0 motsvarar ingen del och 10 en stor del av budget.

Av de 77 procent av företagen som angav att de arbetade strategiskt med att minska företagets klimatpåverkan hade endast 44 procent en aktuell handlingsplan för arbetet. Majoriteten av företagen, 68 procent, angav att de inte använde sig av några verktyg för att beräkna och kartlägga företagets klimatpåverkan. De klimatberäkningsverktyg som nämndes var:

- Position green (2st)
- Our Impact (1 st)
- Eget verktyg (2 st)

Även i frågan om arbetet för att minska klimatpåverkan gick det att utläsa en korrelation mellan klimatarbete och företagens storlek där nästan inga av de små företagen arbetade strategiskt med frågan, hade en handlingsplan eller använde sig av ett verktyg.

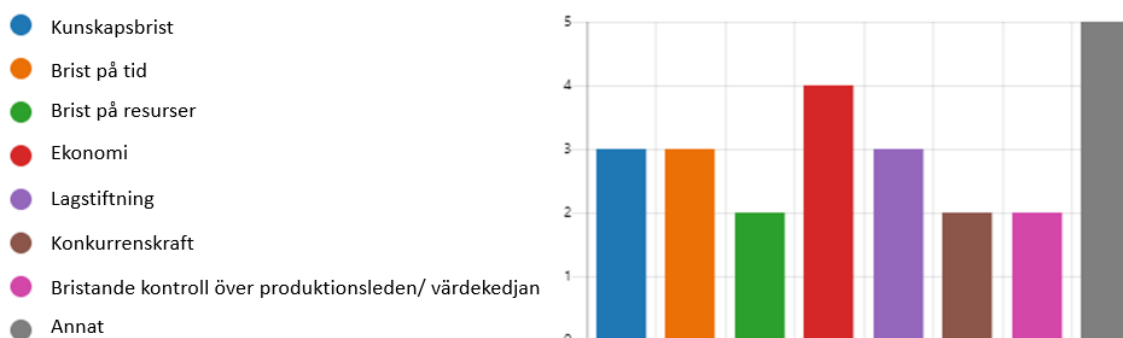
På frågan om vilket område företagets främsta klimatpåverkan kom ifrån svarade en majoritet, 62 procent av alla företag, transporter.

#### 4.4 ARBETE MED ENERGIEFFEKTIVISERING

Av de svarande angav 70 procent att de arbetade med åtgärder för energieffektivisering, men generellt lades endast en mycket liten del av företagens budget på detta. Endast 41 procent av företagen svarade att de hade gjort en energikartläggning av verksamheten. Inget tydligt mönster gick att utläsa av vilken typ av bransch eller vilken storlek på företagen som gjorde energikartläggningarna. På frågan om den mest prioriterade åtgärden för energieffektivisering gavs följande exempel:

- Ruttoptimering
- Uppvärmning
- Solceller
- Beteendeförändringar för medarbetare
- Dörrar, ventilation, fönster
- Teckna avtal på el från kärnkraft
- Transporter
- Återvinning

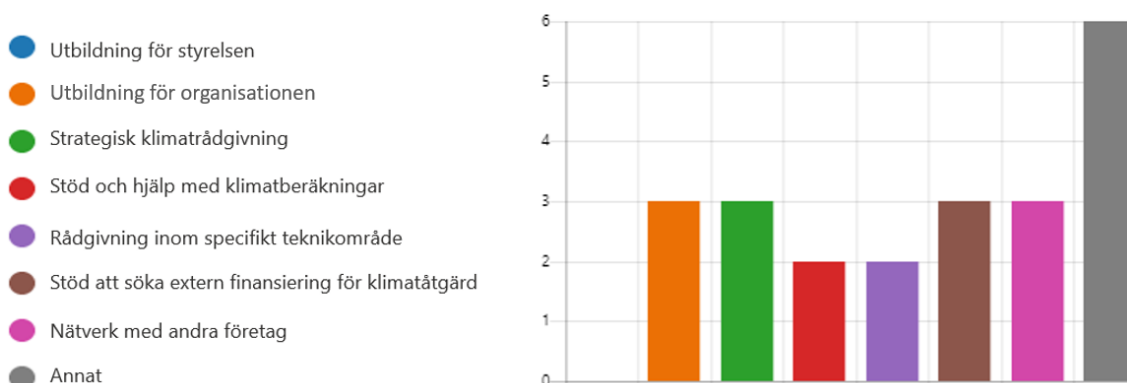
På frågan om de största hindren för att arbeta med energieffektivisering fanns en stor spridnings av svar enligt tabellen nedan:



Figur 3: visar fördelningen mellan de största hindren företagen upplever i arbetet med att minska sin klimatpåverkan

#### 4.5 NÄTVERK OCH STÖD

På frågan om vilken typ av stöd, företagen behövde för att lyckas med en klimat- och energiomställning fanns det en stor variation i svaren, enligt tabellen nedan:



Figur 4: visar fördelningen mellan typen av stöd som företagen önskar

I den sista frågan i enkäten tillfrågades respondenterna om de medverkade i något nätverk kopplat till klimat och energiomställning och i så fall vilket. Totalt svarade 15 personer på frågan varav sju svarade nej och åtta ja. Följande nätverk nämndes:

- Byggföretagen
- Golvkedjan
- SNF
- TESAB
- Klimatklivet
- Klimatråd Jämtland
- Ethadrive

## 5 DISKUSSION

Både intervjuerna och enkätstudien indikerar att företagen i Sundsvall är medvetna om att klimatpåverkan påverkar eller kommer att påverka deras verksamhet i varierande grad. Studierna visar att majoriteten av företagen arbetar aktivt med ett klimat- och energieffektiviseringsarbete. Båda studierna visar att de större företagen generellt sett kommit längre i sitt klimatarbete än de mindre och också har högre hållbarhetsambitioner. Skillnaden är inte förvånande då de stora företagen både tenderar att ha högre krav på sig och mer resurser för att ta sig an klimatfrågan.

Sundsvalls kommuns Näringslivsbolag har i dagsläget inget uppdrag att arbeta med klimat- och energirelaterade frågor kopplat till näringslivet i Sundsvall. Näringslivsbolaget är det bolag som arbetar närmast näringslivet och som, i dagsläget, kommer i kontakt med flest företag. För att Sundsvalls kommuns Näringslivsbolag ska få möjlighet att arbeta aktivt med klimatrelaterade frågor och åtgärder rekommenderar Tyréns att ägardirektivet skrivs om så att även dessa frågor inkluderas i deras uppdrag.

Näringslivsbolaget arbetar idag främst med fokus på mindre företag. Åtgärder mot denna grupp kommer troligtvis inte ge lika stor effekt som åtgärder mot industrin som, enligt Tyréns nulägesbeskrivning, står för hela 51 procent av de territoriella utsläppen i Sundsvall. Insatser riktade mot industrin bör därför prioriteras och skulle exempelvis kunna innefatta utbildningar om energikartläggningar, energieffektivisering och energibesparande åtgärder samt stärkt tillsyn. Utbildningar

och insatser inom energiområdet är något som kommunens klimat- och energisamordnaren på redan arbetar med. Tyréns rekommenderar att utöka klimat- och energisamordnarens uppdrag till att också stötta större företag samt ge energi- och klimatsamordnaren fler resurser. När det gäller stärkt tillsyn ligger det ansvaret hos kommunens miljökontor. Om de ska kunna öka tillsynen krävs det också att de får fler resurser.

Ett av kommunens viktigaste verktyg i arbetet med näringslivets klimatomställning är upphandling och inköp. Tyréns rekommenderar därför kommunen att börja ställa klimatkrav vid upphandlingar och att kommunens inköps- och upphandlingsenhet förstärks med en person som specifikt arbetar med klimatkrav för att möjliggöra detta. Vidare är det viktigt att föra en leverantörsdialog med det lokala näringslivet kring möjliga klimatkrav, så att företagen har en chans att ställa om och för att kommunen inte ställer orimliga krav som i dagsläget inte är möjligt för företagen att genomföra.

En hel del av de intervjuade företagen nämner att samverkan är något som kommunen skulle kunna hjälpa till med. Tyréns rekommenderar därför kommunen att skapa samverkansforum där företagen kan mötas mellan sektorer och branscher. Tyréns rekommenderar vidare att kommunen arbetar för att möjliggöra plattformar för kunskapsutbyte samt att kommunen aktivt driver ett arbete för att söka externa medel för projekt som stärker företagen i Sundsvalls arbete med klimatomställningen. Exempelvis från EU:s strukturfonder, Vinnova eller energimyndigheten,

## 6 TYRÉNS REKOMMENDATIONER

Om Sundsvalls kommun ska kunna nå målet att bli klimatneutrala till år 2030 måste flera insatser kopplade mot industrin och näringslivet genomföras. Tyréns huvudrekommendationer är att:

1. **Utse en person som enbart arbetar med att stötta företagens klimatomställning som förslagsvis sitter på Näringslivsbolaget och ingår i kommunens övriga organisation kring arbetet med klimatfrågan.**
2. **Sundsvalls kommun och kommunala bolag ska ställa relevanta klimatkrav vid upphandling och göra klimatsmarta inköp.**
3. **Inköp och upphandlingsavdelningen får utökade resurser och kunskap för att kunna ställa klimatkrav.**
4. **Näringslivsbolagets uppdrag förstärks och utökas till att stötta alla företag i Sundsvall, stora som små med deras klimatomställning.**

## BILAGOR

### 6.1 BILAGA 1, ENKÄTSTUDIE

#### Hur arbetar ditt företag med klimatfrågan?

Denna enkätundersökning skickas ut till dig som driver företag i Sundsvalls kommun. Sundsvalls kommun har som mål i sitt miljöstrategiska program att bli klimatneutrala till år 2030. Detta är ett modigt och ambitiöst mål och för att lyckas är allas insatser viktiga. Kommunen, kommunmedborgare och företagen i Sundsvall behöver involveras i arbetet med åtgärder.

Syftet med denna enkät är därför att ta tempen på företagen i Sundsvalls klimatarbete för att få kännedom om hinder och behov så att vi, Sundsvalls kommun, på bästa sätt ska kunna stötta er på er viktiga klimatresa.

Enkäten tar ca 5 minuter att besvara och består mestadels av fleralternativs svar.

Med vänlig hälsning

Bodil Hansson  
Ordförande Kommunstyrelsen  
Sundsvalls kommun

1. Vilken bransch tillhör ditt företag?
  - Areell näring
  - Byggverksamhet
  - Energi & miljö
  - Företagstjänster, Finans & IT
  - Ortsservice; Fastigheter, Handel, kultur, utbildning
  - Hälso- & sjukvård
  - Tillverkningsindustri
  - Transport & Logistik
  
2. Hur många anställda har ert företag?
  - Färre än 10 anställda
  - Färre än 50 anställda
  - Färre än 250 anställda
  
3. Vilken är din roll på företaget?
  - VD
  - Hållbarhetschef
  - Kvalitets-, miljö och- arbetsmiljösamordnare
  - Miljökontroller
  - Miljösamordnare
  - Annan roll
  
4. Hur prioriterad är klimatfrågan på ert företag (sätt kryss på en skala från 1–10)

- \_\_\_\_\_
- 1    2    3    4    5    6    7    8    9    10
5. Hur stor påverkan tror du att klimatförändringarna har/kommer att ha på din verksamhet?
- \_\_\_\_\_
- 1    2    3    4    5    6    7    8    9    10
6. Hur stor del av er verksamhetsbudget går till att arbeta aktivt med klimatfrågan/ert företags klimatpåverkan?
- \_\_\_\_\_
- 1    2    3    4    5    6    7    8    9    10
7. Arbetar ni strategiskt med att minska er klimatpåverkan idag?
- Ja
- Nej
- Inte just nu men inom en snar framtid
8. Har ni tagit fram en handlingsplan för hur ni ska arbeta med att minska er klimatpåverkan?
- Ja
- Nej
- Handlingsplan är under framtagande
9. Har ni kunskap om vilka områden inom er verksamhet som har störst klimatpåverkan?
- Ja
- Nej
10. Om Ja kryssa vilket/vilka områden nedan:
- Transporter
- Tjänsteresor
- Energi
- Uppvärmning
- Produktion
- Inköp och upphandling
- Annat: .....
11. Använder ni några verktyg idag för att beräkna och kartlägga er klimatpåverkan?
- Ja
- Nej
- Kommer snart börja använda
12. Vilket klimatberäkningsverktyg använder ni?
13. Jobbar ni med åtgärder för energieffektivisering?



- Ja
- Nej

14. Hur stor del av er verksamhetsbudget går till att arbeta med energieffektivisering?

\_\_\_\_\_

1    2    3    4    5    6    7    8    9    10

15. Har ni genomfört en energikartläggning?

- Ja
- Nej
- Inte ännu men under planering

16. Vilken är er mest prioriterade åtgärd för energieffektivisering?

.....

17. Vilka är era främsta hinder/utmaningar i ert arbete med minskad klimatpåverkan/energieffektivisering?

- Brist på tillräcklig kunskap i klimatfrågan
- Brist på tid
- Brist på resurser
- Ekonomi
- Lagstiftning
- Konkurrenskraft
- Bristande kontroll över produktionsleden/ värdekedjan

18. Vilket fortsatt stöd ser ni att ni behöver för att lyckas bra i er omställning för att minska er klimatpåverkan/arbete med energieffektivisering?

- Utbildning för styrelsen
- Utbildning för organisationen
- Strategisk klimatrådgivning
- Stöd och hjälp med klimatberäkningar
- Rådgivning inom specifikt teknikområde
- Stöd att söka extern finansiering för klimatåtgärder
- Nätverk med andra företag

Annat.....

19. Finns det något annat form av stöd än alternativen ovan som ni ser ett behov av, för att ni ska lyckas genomföra ett effektivt klimat- och energiarbete?

.....

20. Är ni med i något forum/branschförening idag där klimatfrågan lyfts?

.....

21. Vill du få information om resultatet eller vill du berätta mer om ditt pågående klimat/energieffektiviseringsarbete, lämna dina kontaktuppgifter så hör vi av oss till dig!

## 6.2 BILAGA 2, FRÅGEGUIDE FÖR DJUPINTERVJUER

### Inledande frågor:

1. Kommer klimatförändringen att påverka er verksamhet?
  - Upplever du att ni har tillräckligt med kunskap om vad ni kan göra för att minska er klimatpåverkan?
2. Kommer målsättningen att bli ett klimatneutralt företag vara lönsamt eller kostsamt?

### Övriga intervjufrågor:

1. Hur ser er marknad ut i en klimatneutral värld?
2. Hur ser er affärsmodell ut för att komma dit/ vara säkra på att ni har en framtid?
3. Vilka förändring krävs nu för att ni ska kunna lyckas med detta?
4. Vad tror ni är bästa strategin? Att vara:
  - a) Reaktiv – bara göra det som lagen kräver
  - b) Aktiv – göra det som andra verkar göra
  - c) Proaktiv – ligga i framkant och leda utvecklingen
5. Arbetar ni strategiskt med att minska er klimatpåverkan idag?
6. Har ni tagit fram en handlingsplan med mål?
7. Är klimatfrågan en fråga för er styrelse och som er styrelse också hanterar?
8. Känner ni till ert företags främsta klimatpåverkan?
  - d) Vilket område är viktigast för er att börja arbeta med?
  - e) Vilka är era främsta hinder och utmaningar?
  - f) Arbetar ni med energieffektivisering? Hinder/utmaningar
9. Använder ni några verktyg idag för att beräkna och kartlägga er klimatpåverkan? Om ja, vilka verktyg används?
10. Samverkar ni med andra i ert arbete med klimatfrågan?
11. Har du förslag på åtgärder/insatser för att Sundsvalls kommun ska kunna bli klimatneutralt 2030?
12. Vilket fortsatt stöd behöver ni framgent för att kunna nå klimat neutralitet? Till exempel från Sundsvalls kommun.