

Reducering av utsläpp - en möjlighet vi måste utnyttja

MAGNUS GUSTAFSSON

ARNE VIRONMÄKI

Behovet att reducera utsläpp är idag akut på grund av klimatförändringen. Ett stort hinder för förverkligandet av detta är bristen på fungerande kontraktsmodeller och rutiner för försäljning och upphandling av hållbara varor och tjänster. Magnus Gustafsson och Arne Vironmäki skriver.

Klimatförändringen och minskad biodiversitet utgör de mest akuta hoten i vår tid. Dessa frågor är inte bara miljöproblem, de är också sociala och ekonomiska utmaningar som påverkar alla aspekter av våra liv. Om vi inte lyckas minska utsläppen av koldioxid och växthusgaser inom de närmaste 10–15 åren riskerar vi att se dramatiska förändringar som hotar vår civilisation. Enligt det stora försäkringsbolaget Allianz kan stigande temperaturer leda till naturkatastrofer av sådan magnitud att vissa delar av världen inte längre kan försäkras. Många stora etablerade försäkringsbolag har redan lämnat Florida och nu också Kalifornien på grund av klimatriskerna – värt att tänka på för alla som har hemförsäkring. Forskning av **Johan Rockström** och hans team vid Potsdam Institute for Climate Impact Research visar att vi har överskridit flera gränser för hållbarhet.

Trots detta finns det hopp. Den teknologin som krävs för att motverka klimatförändringen existerar redan och är ofta konkurrenskraftig – solenergi är i dagens läge den billigaste teknologin för att producera energi. Elektrifieringen av vägtransport går framåt, och i Kina, världens största bilmarknad, har försäljningen av elbilar lett till en minskning av bensinkonsumtionen. Likaså framskrider utvecklingen av miljövänlig teknik i många andra branscher som utgör utsläppskällor. Inom stålproduktion håller SSAB på att bygga en ny anläggning där järnmalm reduceras med fossilfri vätgas i stället för kol. Likaså pågår utveckling inom cementindustrin där man utvecklar sätt att ta till vara koldioxid från tillverkningen av cement. Danmark inför, som det första landet i världen, från 2030 en skatt på utsläpp av växthusgaser från boskap i jordbruk med det dubbla syftet att minska utsläppen och sporra innovation.

HÅLLBARHETENS EFTERFRÅGAN OCH UTMANINGAR

Det finns en växande efterfrågan på hållbarhet bland både konsumenter och inom finanssektorn. Många företag inser att hållbarhet inte bara är en moralisk skyldighet utan ock-

så en affärsmöjlighet. Konsumenter är alltmer villiga att betala mer för produkter som är miljövänliga. På den amerikanska konsumentvarumarknaden står hållbart märkta produkter för största delen av marknadens tillväxt trots ett i medeltal 28 procent högre pris. Konkreta försäljningssiffror visar alltså att det finns efterfrågan. Likaså visar analyser att investerare aktivt söker efter företag som prioriterar hållbarhet och är beredda att erbjuda bättre villkor för företag med lägre klimatrisk. Detta skapar en marknad för gröna obligationer och hållbara investeringar, vilket i sin tur driver på innovation och utveckling av nya, hållbara teknologier.

Trots dessa framsteg kvarstår många utmaningar, och tempot i omställningen är otillräckligt. Ett av de mest betydande hindren är bristen på effektiva kontraktsmodeller och rutiner för försäljning och upphandling av hållbara varor och tjänster. För att företag ska kunna investera i hållbara alternativ måste det finnas tydliga incitament och strukturer som gör det möjligt att integrera dessa alternativ i företagens affärsmodeller.

När en ny teknologi eller tjänst ska introduceras på marknaden, till exempel elektriska lastbilar, uppstår ofta problem. Transportföretag behöver kunna visa att de får konkurrensfördelar av att investera i nollutsläppslösningar. Men utan etablerade rutiner för att upphandla och redovisa låga utsläpp blir det svårt att motivera dessa investeringar.

BEHOVET AV NYA KONTRAKTSMODELLER

För att övervinna dessa hinder är det avgörande att implementera nya kontraktsmodeller som är anpassade för hållbara varor och tjänster. Dessa modeller bör inkludera tydliga kriterier för hållbarhet, mätbara mål för utsläppsminskningar och incitament för att uppnå dessa mål. Det sker framsteg på detta område, och sedan tidigare finns eko-märken som är riktade till konsumenter och standarder utfärdade av den internationella organisationen för standarder ISO, som ger klara kriterier.

Genom att skapa en gemensam förståelse för vad som utgör hållbarhet kan företag och leverantörer arbeta tillsammans för att uppnå gemensamma mål. Ett exempel på en sådan modell kan vara att inkludera hållbarhetsklausuler i upphandlingskontrakt som gör det klart hur hållbarhet skall beaktas, mätas och redovisas. Dessa klausuler kan ställa krav på att leverantörer ska redovisa sina utsläpp och vidta åtgärder för att minska dem. Genom att på så sätt koppla betalningar till uppfyllandet av hållbarhetsmål kan man skapa incitament för leverantörer att investera i grön teknologi.

RUTINER FÖR UPPHANDLING OCH FÖRSÄLJNING

Utöver kontraktsmodeller är det också viktigt att utveckla rutiner för upphandling och försäljning av hållbara varor och tjänster. Detta innebär att företag måste skapa interna processer som gör det möjligt att identifiera och utvärdera hållbara alternativ. Det kan handla om att utbilda inköpare i hur man bedömer hållbarhetsaspekter av produkter och tjänster, samt att implementera verktyg för att mäta och rapportera hållbarhetsresultat. Till exempel transportutsläpp påverkas av att olika bränslen och teknologier har olika utsläpp och det hela påverkas därtill av hur full lastbilen är. Detta gör det svårt att bedöma vilket alternativ som erbjuder mest hållbarhet i förhållande till priset.

Verktyg såsom intern koldioxidprissättning används redan hos vissa företag för att identifiera det kommersiella värdet av lägre utsläpp. En central utmaning med att bedöma hållbarhetsaspekter – något som bland annat har undersökts av **Tensie Whelan** och **Elyse Douglas** vid New York University Stern Center for Sustainable Business – är ändå att det mervärde som lägre utsläpp medför kan vara svårt att härleda, och därmed riskerar det att inte inkluderas i nödvändiga ekonomiska kalkyler.

Just detta, att överföra pålitlig information, är ett centralt problem. I hållbar affärsverksamhet, som utsläppsfri transport, är den

som producerar den utsläppsfria transporten, och den som betalar för att transporten är utsläppsfri ofta långt ifrån varandra i kommersiell bemärkelse. Mellan dessa finns speditörer, transportbolag och andra aktörer i värdekedjan och dessa har inte nödvändigtvis något incitament att överföra informationen om att transporten sköts utsläppsfritt. Detta gör att transparensen i transaktionen försvåras.

Också inom företagen behövs koordination. Information om utsläppen i leveranskedjan måste föras vidare till de avdelningar vars uppgift är att i sin tur överföra informationen till de parter som efterfrågar hållbarhet – kunder och finansiärer. För att företaget skall kunna få konkurrensfördel från hållbarhet måste informationen än en gång överföras till en ny part.

För att effektivt utveckla och implementera hållbara kontraktsmodeller och rutiner är samarbete mellan olika aktörer avgörande. Detta inkluderar samarbeten mellan företag, myndigheter, forskningsinstitutioner och civilsamhället. Genom att arbeta tillsammans kan dessa aktörer dela bästa praxis, utveckla gemensamma standarder och skapa en mer enhetlig marknad för hållbara varor och tjänster.

Ett exempel på framgångsrika samarbeten är initiativ som ”Science Based Targets Initiative” (SBTI), där företag åtar sig att sätta vetenskapligt baserade mål för att minska sina utsläpp. Genom att delta i sådana initiativ kan företag få vägledning och stöd i sina hållbarhetsinsatser samt öka sin trovärdighet gentemot kunder och investerare.

För att möjliggöra en snabbare omställning krävs också ett starkt policyramverk och incitament från regeringar. Lagstiftning som främjar hållbarhet kan skapa en mer gynnsam miljö för företag som vill investera i hållbara alternativ. Detta kan inkludera skatteincitament för företag som uppfyller specifika hållbarhetskriterier, subventioner för förnybar energi och strängare utsläppsregler.

Regeringar kan också spela en viktig roll genom att ställa krav på hållbarhet i offentliga upphandlingar. Genom att prioritera hållbara varor och tjänster i sina egna inköp kan

myndigheter sätta en standard för marknaden och uppmuntra företag att anpassa sig.

FRAMTIDEN FÖR HÅLLBAR UPPHANDLING

Framtiden för hållbar upphandling och försäljning av hållbara varor och tjänster ser lovande ut, men det kräver en gemensam insats. Genom att utveckla effektiva kontraktmodeller och rutiner kan vi skapa en marknad där hållbarhet inte bara är en tilläggsfunktion utan en integrerad del av affärsverksamheten.

Det är också viktigt att vi fortsätter att utvärdera och förbättra dessa modeller och rutiner. Hållbarhet är en dynamisk och ständigt föränderlig fråga, och det är avgörande att vi är beredda att anpassa oss till nya utmaningar och möjligheter. Genom att vara proaktiva och innovativa kan vi säkerställa att vi inte bara möter dagens krav utan också förbereder oss för framtiden.

AVSLUTANDE TANKAR

Att reducera utsläpp och främja hållbarhet är en komplex och utmanande uppgift, men det är en möjlighet vi inte har råd att missa. Klimatförändringen är ett enormt hot och likaså minskad biodiversitet, men teknologier finns och nya utvecklas hela tiden för att motverka dessa hot. Det räcker dock inte. För att kunna ta dessa teknologier i bruk är det viktigt att vi etablerar de rutiner och modeller som gör det möjligt att köpa och sälja den

hållbarhet de tillhandahåller. Ett modernt samhälle är ett mycket avancerat maskineri med ett flertal detaljerade processer som ofta verkar närmast osynliga. Det är dock viktigt att vidkänna dessa och se till att vi har de processer som gör ett hållbart samhälle möjligt. Detta kräver samarbete, utbildning och en stark politisk vilja, men belöningarna är stora: en renare planet, en starkare ekonomi och en mer rättvis framtid för alla. Genom att agera nu kan vi inte bara motverka klimatförändringen utan också skapa en mer hållbar och resilient ekonomi för framtiden. Det är en möjlighet vi måste utnyttja, och vi har alla en roll att spela i denna viktiga omställning.

Magnus Gustafsson är filosofie doktor och docent i industriell ekonomi samt forskningsledare vid Laboratoriet för industriell ekonomi vid Åbo Akademi. Han fokuserar i sin forskning på hur företag kan få konkurrensfördel från hållbarhet och hur man på så vis kan motverka klimatförändringen och miljöproblemen.

Arne Vironmäki är ekonomie magister. I sin pro gradu-avhandling undersökte han frågan om hur företag kan motivera sina investeringar i utsläppsminskningar, samt vilka ekonomiska fördelar hållbar affärsverksamhet kan medföra. I sitt arbete inom managementkonsultering jobbar han med att utveckla ekonomiskt och miljömässigt hållbara affärsmodeller.