Net Zero Industry
impact innovation

Tillverknings-industrins väg mot nettonoll 2040

En rapport från Net Zero Industry om branschens insatser, hinder och möjligheter

Innehåll

Förord	3
Executive summary	4
Metodbeskrivning	5
Industrins nettonollmål	6
Klimatomställning och lönsamhet	
Nettonoll som konkurrensfördel nu och på lång sikt	8
Marknadens möjligheter och hinder	10
Utsläppsminskning i hela värdekedjan	12
Externa hinder	
Tillverkningsindustrins önskelista för att accelerera omställningen	14
Spelregler och incitament för minskade utsläpp	16
Slutsatser	18

Förord

Den här rapporten har tagits fram inom innovationsprogrammet Net Zero Industry för att öka kunskapen om tillverkningsindustrins målsättningar, aktiviteter, hinder och möjligheter i omställningen mot nettonollutsläpp av växthusgaser.

Rapporten bygger på en kvantitativ undersökning och fördjupande intervjuer fokuserade på den diskret tillverkande industrin, där det som produceras har en egen och ofta spårbar identitet. Genom företagens egna bedömningar och erfarenheter vill vi fördjupa förståelsen för tillverkningsindustrins ambitionsnivåer, syn på hur omställningen påverkar konkurrenskraften och vilka legala- och affärsmässiga hinder de upplever.

Kunskapen ger företag, myndigheter, politiker och forskare en gemensam bild av vad som behövs för att förena klimatomställning med ökad konkurrenskraft. Den hjälper också programmet att utveckla finansiering och andra insatser till att bli mer träffsäkra.

Vi vill rikta ett varmt tack till alla företag och intervjupersoner som har delat med sig av sin tid, sina erfarenheter och perspektiv. Era bidrag ger oss bättre förutsättningar att tillsammans driva omställningen mot vår mission: *en konkurrenskraftig och resilient svensk tillverkningsindustri med nettonoll-utsläpp av växthusgaser 2040.*



Sofia Wieselfors
Programchef för
Net Zero Industry

Executive summary

Huvuddelen av företagen inom svensk tillverkningsindustri arbetar dedikerat för att minska sina växthusgasutsläpp. En majoritet, 62 procent, uppger att de har som mål att nå nettonollutsläpp av växthusgaser senast år 2040, och tre av fyra har strategier och handlingsplaner för att minska utsläppen.

Åtta av tio bedömer att omställningen för att nå nettonollutsläpp kommer att stärka deras konkurrenskraft på längre sikt, medan färre ser samma nytta på kort sikt. De vanligaste hindren upplevs vara otillräcklig efterfrågan eller betalningsvilja för produkter med lägre utsläpp samt konkurrens mellan klimatinvesteringar och andra affärsprioriteringar.

Stora företag uppger i högre utsträckning än små och medelstora att mål, uppföljning och resurser finns på plats. De ser också oftare en konkurrensfördel inom ett till tre år: 57 procent, jämfört med 25 procent bland små företag.

Fler företag uppger att de arbetar aktivt med att minska utsläppen från den egna verksamheten och deras inköp av energi än i övriga delar av värdekedjan. Drygt vart fjärde företag anger leverantörernas otillräckliga förmåga att ställa om som ett av de största hindren i deras arbete för att nå nettonoll växthusgasutsläpp.

Företagen efterfrågar bättre externa förutsättningar för långsiktiga beslut. En majoritet bedömer att Sveriges respektive EU:s klimat- och energipolitik inte är tillräckligt förutsägbar för långsiktiga investeringar. Prisincitament för fossilfria alternativ, långsiktiga politiska beslut och enklare, bättre samordnade regelverk är de policyrelaterade åtgärder som flest bedömer skulle ha stor betydelse för möjligheten att nå målet om nettonollutsläpp.

62%

har som mål att nå netto-noll senast 2040

80%

tror att nettonoll leder till stärkt konkurrenskraft på längre sikt

63%

anser att svensk klimat- och energipolitik är oförutsägbar för långsiktiga investeringar

Metodbeskrivning

Rapporten bygger på en kvantitativ undersökning och uppföljande kvalitativa djupintervjuer med nyckelpersoner i tillverkningsföretag.

Den kvantitativa undersökningen genomfördes via telefonintervjuer (CATI) med utvalda företag inom svensk diskret tillverkningsindustri. Med diskret tillverkning avses tillverkning där det som produceras har en egen och ofta spårbar identitet. Urvalet omfattade företag inom följande SNI-koder: C14–16, C22, C25–33.

Datainsamlingen genomfördes 28 augusti till 25 september 2026.

Totalt genomfördes 173 intervjuer, fördelade enligt följande:

- Små företag, 10–49 anställda: 75 intervjuer
- Medelstora företag, 50–249 anställda: 75 intervjuer
- Stora företag, 250 anställda eller fler: 23 intervjuer

Den kvalitativa undersökningen genomfördes under oktober 2026 genom semistrukturerade djupintervjuer med nyckelpersoner inom tio olika företag. Syftet med intervjuerna var att få fördjupade insikter om företagens bedömningar och erfarenheter i deras pågående arbete med att minska växthusgasutsläppen.

INDUSTRINS NETTONOLLMÅL

Nettonoll – när?

Riksdagen har beslutat att Sverige senast år 2045 inte ska ha några nettoutsläpp av växthusgaser med ett etappmål år 2040 då utsläppen ska vara minst 75 procent lägre än 1990. EU:s klimatmål är också etapplagda: 55 procents minskning senast år 2030, 90 procent vid 2040 och klimatneutralitet 2050 (med år 1990 som referens).

I undersökningen uppger sex av tio företag (62 procent) inom den diskreta tillverkningsindustrin att de har som mål att nå nettonollutsläpp senast 2040. Hur vanligt det är att sikta på nettonollutsläpp senast 2040 skiljer sig dock mellan stora, medelstora och små företag.

Tre av fyra stora företag (74 procent) uppger att de har som mål att nå nettonollutsläpp av växthusgaser senast 2040. Bland medelstora och små företag är andelarna 61 respektive 60 procent. Huvuddelen av tillverkningsindustrin arbetar med 2040 som tidsfrist, men det är vanligare bland stora företag.

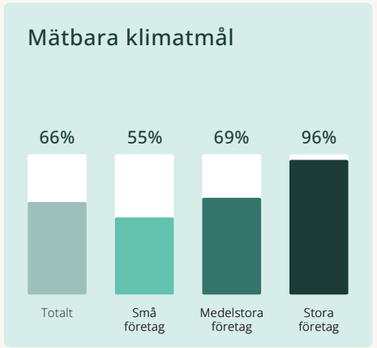
”Vi har både ett kortsiktigt och ett långsiktigt mål. Med det kortsiktiga målet mot 2030 har vi kommit en bra bit på vägen med det som sker i vår egen fabrik, men vi har fortfarande kvar att göra för att nå våra 2030-mål i hela värdekedjan. Det långsiktiga målet för 2040 är att nå nettonoll i hela värdekedjan.”

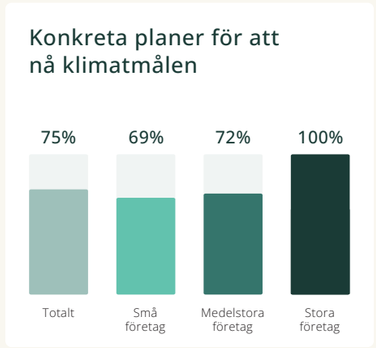
– HÅLLBARHETSEXPERT

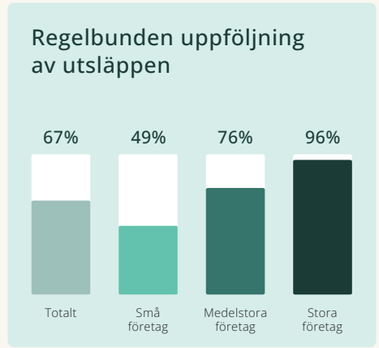
De flesta har strategier och handlingsplaner

En majoritet (75 procent) uppger att de har strategier och handlingsplaner för att minska utsläppen. Skillnaderna mellan företagsstorlekarna är tydliga: samtliga stora företag i undersökningen uppger att de har strategier och handlingsplaner, jämfört med 72 procent av de medelstora och 69 procent av de små. Två av tre företag (66 procent) uppger att de har mätbara mål för minskade växthusgasutsläpp. En lika stor andel (67 procent) uppger att utsläppen mäts och följs upp regelbundet.

Hälften av de små företagen (49 procent) uppger att de mäter och följer upp utsläppen regelbundet. Bland medelstora företag är andelen 76 procent och bland stora företag är det nästan alla (96 procent) som anger att de gör det.







Påståendefrågor, graferna visar andelen som svarat “stämmer helt” och “stämmer ganska väl”.



Genomförandet kräver resurser och kompetens

Drygt sex av tio företag (62 procent) anser att de har gott om personella resurser och kompetens för att driva omställningen.

De som verkar ha bäst tillgång till resurser och kompetens är de stora bolagen. Bland små företag uppger 52 procent att de har goda personella resurser och kompetens, jämfört med 65 procent bland medelstora och 83 procent bland stora. Även tillgången företagen har till data och lämpliga verktyg varierar – från drygt hälften (56 procent) bland små företag till nästan alla (91 procent) bland stora.

RÖST FRÅN INDUSTRIN

”Vi försöker bryta ner målen från företagsnivå till affärsområden och vidare till fabrikerna där de är relevanta. Vi vill få mål som går att agera på så nära golvet som möjligt. Det är där budget och resurser fördelas och där lösningarna finns.”

– HÅLLBARHETSANSVARIG

Nettonoll som konkurrensfördel nu och på lång sikt

Arbetet mot nettonollutsläpp av växthusgaser behöver gå hand i hand med företagens affärsmässiga förutsättningar.

Det är tydligt att företagen ser på affärsnyttan av omställning på olika sätt, beroende på vilket tidsperspektiv de har och företagsstorlek.

Åtta av tio företag (80 procent) bedömer att omställningen mot nettonollutsläpp av växthusgaser kommer att stärka deras konkurrenskraft på längre sikt, alltså om tre år eller mer. På kort sikt, inom ett till tre år, ser däremot endast drygt vart tredje företag (37 procent) omställningen som en konkurrensfördel. Det finns alltså en bred tilltro till den långsiktiga affärsnyttan, men nyttan är mindre självklar under de närmaste åren.

En majoritet (62 procent) av alla företag ser därmed inte omställningen som en konkurrensfördel på kort sikt.

”Investeringen för att gå från fossilolja till bioolja hade skjutits upp flera gånger av ekonomiska skäl. Nu är den genomförd, men det finns ingen lönsamhet på kort sikt i att lägga 40 miljoner på att byta bränsle. Vi gjorde det för att nå vårt mål. Vi har gått ut och sagt vad vi ska göra, och då måste vi stå för det. Vi ser en konkurrensfördel på sikt, men det är ingenting vi räknar hem på tre eller fem år.”

– HÅLLBARHETSCHEF

Stora företag ser konkurrensfördel även på kort sikt

Andelen företag som ser en konkurrensfördel även under de närmsta åren är större bland stora företag. Bland små företag bedömer 25 procent att omställningen mot nettonollutsläpp av växthusgaser innebär en konkurrensfördel inom ett till tre år, medan 80 procent ser stärkt konkurrenskraft på längre sikt, om tre år eller mer. Bland medelstora företag är motsvarande andelar 43 procent (kort sikt) respektive 77 procent (lång sikt).

Stora företag ser oftare en affärsnytta även kortsiktigt: 57 procent ser en konkurrensfördel redan på kort sikt och 87 procent tror på omställningens förmåga att stärka konkurrenskraften på längre sikt.

Konkurrensfördel på kort sikt (1-3 år)



Stärkt konkurrenskraft på längre sikt (3+ år)



Påståendefrågor, graferna visar andelen som svarat “stämmer helt” och “stämmer ganska väl”.

Marknadens möjligheter och hinder

Att minska växthusgasutsläppen innebär både affärsmöjligheter och investeringar som ska bära sig. Kundernas efterfrågan och betalningsvilja, konkurrensvillkor och möjligheten att stärka varumärket är viktiga delar av den affärsmässiga kalkylen

De tre hinder som företagen i högst utsträckning pekar på som hinder i arbetet mot nettonollutsläpp är otillräcklig efterfrågan eller betalningsvilja för produkter med lägre utsläpp, konkurrens mellan klimatinvesteringar och andra affärsprioriteringar samt konkurrens från företag i länder med lägre klimatkrav.

Efterfrågan och betalningsvilja

Drygt vartannat företag (54 procent) ser otillräcklig efterfrågan eller betalningsvilja för produkter med lägre utsläpp som ett av de största hindren i arbetet mot nettonoll. Hindret anges oftare av medelstora och stora företag, där andelarna är 63 respektive 61 procent, jämfört med 43 procent bland små företag.

Här framträder en affärsmässig utmaning. Många bedömer att omställningen mot nettonoll stärker konkurrenskraften på längre sikt, samtidigt som otillräcklig efterfrågan eller betalningsvilja anges som ett hinder.

”Vi har många kunder som ställer tuffa krav, mycket skarpare än lagstiftningen. Ofta skärps kraven från år till år. Det beror på kundens ambitionsnivå. Vi har kunddialoger där vi tittar på specifika lösningar och produkter för att komma ner i klimatavtryck. Vi upplever att efterfrågan på miljöcertifierat ökar mer och mer.”

– HÅLLBARHETSCHEF

Ekonomiska förutsättningar finns, men ska samsas med andra prioriteringar

Sju av tio företag (69 procent) uppger att de har ekonomiska förutsättningar att genomföra viktiga investeringar för minskade växthusgasutsläpp.

Samtidigt anger fyra av tio (40 procent) att konkurrensen mellan klimatinvesteringar och andra affärsmässiga prioriteringar är ett av de största hindren i arbetet mot nettonoll.

Detta hinder anges av 40 procent av de små företagen, 43 procent av de medelstora och 35 procent av de stora.

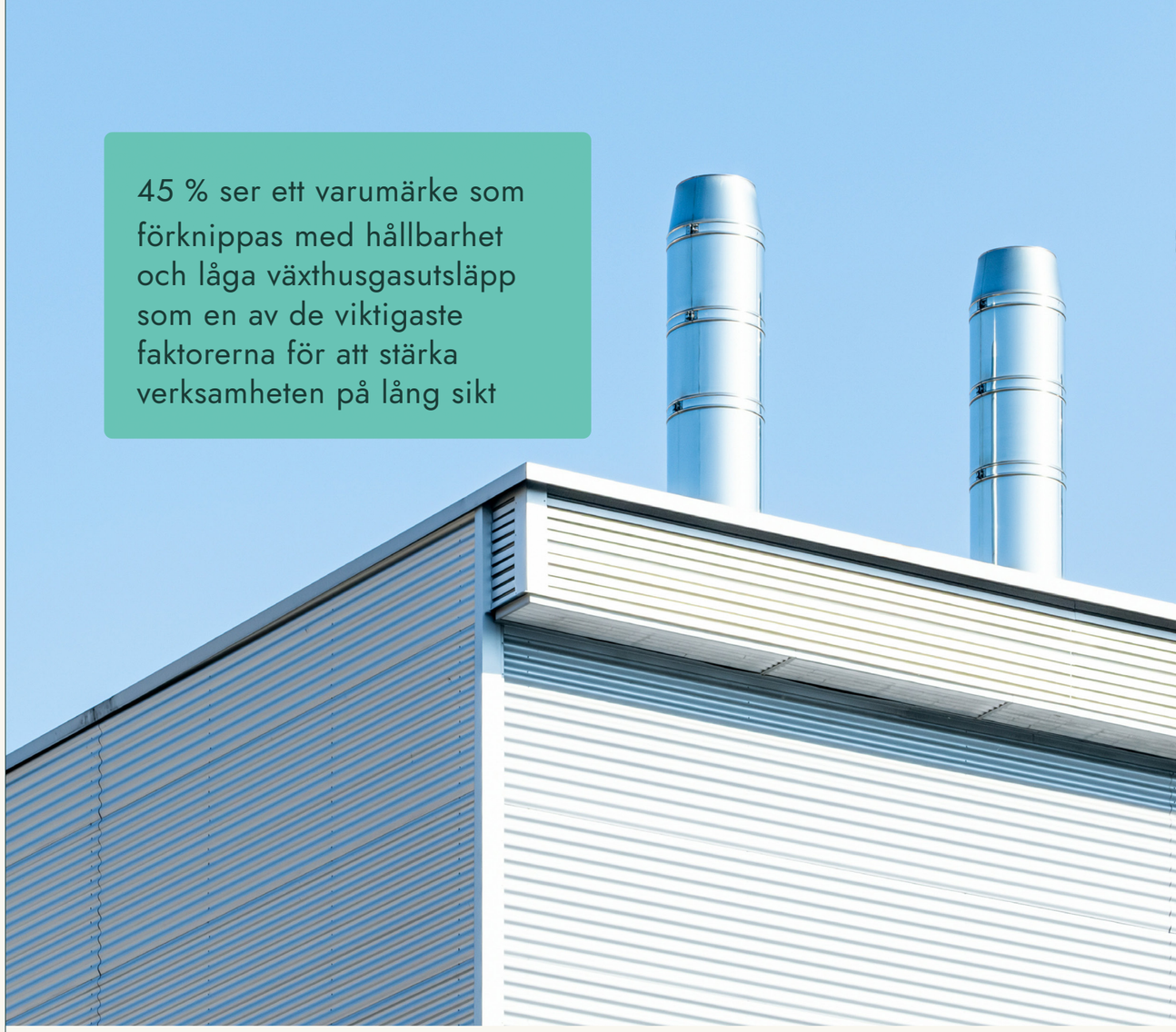
54%
Otillräcklig efterfrågan eller betalningsvilja

40%
Konkurrens mellan klimatinvesteringar och andra affärsprioriteringar

31%
Konkurrens från företag i länder med lägre klimatkrav

Vilka faktorer utgör de största hindren för ert företags arbete mot nettonollutsläpp av växthusgaser 2040? (De tre vanligaste svaren)

45 % ser ett varumärke som förknippas med hållbarhet och låga växthusgasutsläpp som en av de viktigaste faktorerna för att stärka verksamheten på lång sikt



Samtidigt upplever företagen att brist på kapital eller svårigheter att finansiera investeringarna är ett hinder. Totalt anger 16 procent brist på kapital eller svårigheter att finansiera investeringarna. Bland små företag gäller det nästan vart fjärde (24 procent), medan andelen är lägre bland medelstora (9 procent) och stora företag (13 procent).

”Det är inte alltid saker och ting går igenom bara för att det kan vara bra ur miljösynpunkt. Det kan vara lite för lång återbetalningstid på en investering”.

– MILJÖCHEF

”Det kan handla om att ersätta en naturgaspanna med en värmepump. Återbetalningstiden är inte tillräckligt attraktiv, och investeringen jämställs med andra investeringar ur ett finansieringsperspektiv, även om de inte har någon hållbarhetsnytta alls. Det betyder ofta inte att vi aldrig kommer att göra det, utan att vi inte har budget i år eller nästa år. Vi måste prioritera annat, så det skjuts på.”

– HÅLLBARHETSANSVARIG

Ett hållbart varumärke som affärstillgång

Nästan vartannat företag (45 procent) ser ett varumärke som förknippas med hållbarhet och låga växthusgasutsläpp som en av de viktigaste faktorerna för att stärka verksamheten på lång sikt, något som de stora bolagen anser i störst utsträckning.

Stora företag lyfter oftare varumärkets betydelse: 57 procent väljer detta svar, jämfört med 47 procent bland medelstora och 40 procent bland små företag.

Att påverka bortom den egna verksamheten

Företagens växthusgasutsläpp delas enligt det globala växthusgasprotokollet (GHG Protocol) in i tre områden: direkta utsläpp från den egna verksamheten (Scope 1), indirekta utsläpp från produktionen av inköpt energi (Scope 2) och övriga indirekta utsläpp i värdekedjan (Scope 3). För tillverkningsföretag omfattar Scope 3 utsläpp från tillverkning av inköpta material och komponenter samt användningen av sålda produkter.

I undersökningen uppger nio av tio företag (90 procent) att de arbetar aktivt för att minska utsläppen från Scope 1, medan drygt åtta av tio (82 procent) arbetar med Scope 2. Arbetet med Scope 3 är mindre utbrett: drygt vartannat företag (55 procent) uppger att de arbetar aktivt för att minska dessa utsläpp.

Större företag arbetar oftare med Scope 3

En stor andel företag i samtliga storleksgrupper uppger att de arbetar aktivt för att minska utsläppen från egna fordon, maskiner och anläggningar. Bland små företag arbetar 89 procent aktivt med Scope 1, jämfört med 88 procent bland medelstora och 96 procent bland stora.

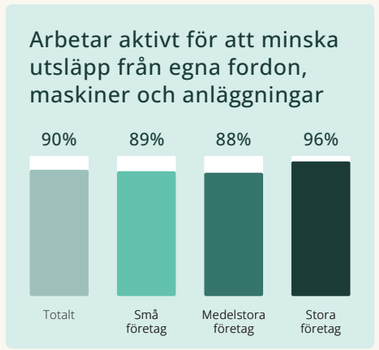
Ett liknande mönster finns för inköpt energi. Åtta av tio små företag (80 procent) arbetar aktivt med Scope 2. Bland medelstora företag är andelen 79 procent och bland stora 96 procent.

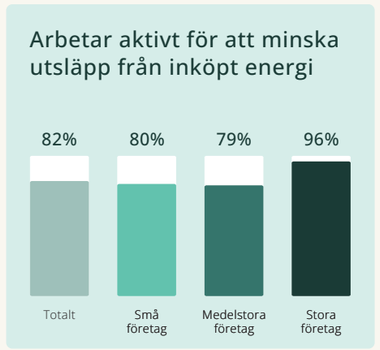
För Scope 3 är skillnaderna däremot större. Bland små och medelstora företag uppger omkring hälften att de arbetar aktivt med att minska dessa utsläpp: 51 respektive 53 procent.

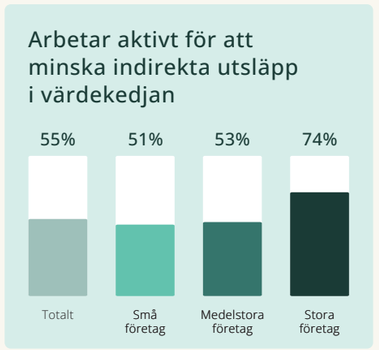
Bland stora företag är andelen 74 procent. I samtliga storleksgrupper är arbetet med Scope 3 mindre utbrett än arbetet med Scope 1 och 2.

”När vi börjar röra oss utanför vår egen fabrik blir det svårare. Då är det andra aktörer som ska påverkas, som kör våra transporter och gör våra råvaror. Det blir ett mycket svårare och mer komplext arbete.”

– MILJÖCHEF







Påståendefrågor, graferna visar andelen som svarat “stämmer helt” och “stämmer ganska väl”.



Leverantörernas roll i arbetet

Enbart 28 procent av företagen anger leverantörernas förmåga att ställa om som ett av de största hindren i arbetet mot nettonoll-utsläpp av växthusgaser 2040.

Drygt vart fjärde företag (28 procent) lyfter däremot leverantörernas otillräckliga förmåga som ett sådant hinder. Medelstora företag anger detta i högre utsträckning (32 procent) än små (25 procent) och stora företag (22 procent). Större företag verkar ha säkrat leverantörer som har kommit längre i sin position och/eller har en starkare omställningsförmåga för att ställa krav.

”Vi har hållbarhetsdialoger med leverantörerna där vi berättar om våra ambitioner och de berättar om sina. Sedan diskuterar vi hur vi kan bli bättre tillsammans. I ett projekt ser vi att en designad lösning med en specifik produkt ger ett högt klimatavtryck. Då behöver vi göra leverantören medveten om det och titta på olika lösningar, men också föra resonemang med andra tänkbara leverantörer för att komma ner i klimatavtryck.”

– HÅLLBARHETSCHEF

”Det börjar med att vi måste få tillräckligt bra data för att veta vad som är bra och dåligt när vi jämför leverantörer eller deras produkter. Vi vill inte jämföra äpplen och päron. Siffrorna måste finnas och tas fram på samma sätt. För att kunna driva aktiviteter behövs både tillgängliga data och en trygghet i dem.”

– HÅLLBARHETSANSVARIG

Tillverkningsindustrins önskelista för att accelerera omställningen

Skatter och andra prisincitament, långsiktiga politiska beslut och enklare regelverk är de åtgärder som flest företag bedömer skulle ha störst betydelse för deras möjligheter att nå nettonollutsläpp av växthusgaser senast 2040.

Nästan vartannat företag (48 procent) ser skatter och andra prisincitament som tydligare gynnar fossilfria alternativ som en av de åtgärder som skulle ha störst betydelse för omställningen. Nästan lika många lyfter behov av långsiktiga och förutsägbara beslut om klimat- och energipolitiken (47 procent) samt förenklade och bättre samordnade lagar, regler och rapporteringskrav (45 procent).

Stora företag är särskilt kritiska till otydlig politisk riktning

Drygt sex av tio företag (63 procent) bedömer att Sveriges klimat- och energipolitik inte är tillräckligt förutsägbar för långsiktiga investeringsbeslut. För EU:s politik gör 57 procent samma bedömning.

Synen på den svenska politikens förutsägbarhet skiljer sig tydligt mellan företagsstorlekarna. Bland stora företag bedömer nio av tio respondenter (91 procent) att förutsägbarheten är otillräcklig. Bland små företag är andelen 61 procent och bland medelstora företag 56 procent.

”Vi säljer vindturbiner och jobbar mycket med vindkraft. När offshorevindsutbyggnaden blev stoppad så påverkade det oss och många andra företag som hade bemannat upp för att göra jobbet. Det är tidskrävande och jobbigt när riktningen ändrats och Sverige tappar då konkurrenskraft.”

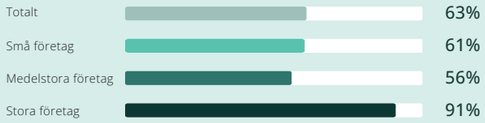
– HÅLLBARHETSCHEF

När det gäller EU:s klimat- och energipolitik är skillnaderna mellan storleksgrupperna mindre. Andelen som bedömer att politiken inte är tillräckligt förutsägbar för långsiktiga investeringsbeslut är 55 procent bland små företag, 60 procent bland medelstora och 57 procent bland stora.

När företagen får ange vilka åtgärder som skulle ha störst betydelse för deras möjligheter att nå nettonollutsläpp av växthusgaser senast 2040 lyfter stora företag oftare långsiktiga och förutsägbara beslut om klimat- och energipolitiken. Andelen är 61 procent, jämfört med 52 procent bland medelstora och 37 procent bland små företag.



Svensk klimat- och energipolitik: otillräcklig förutsägbarhet



EU:s klimat- och energipolitik: otillräcklig förutsägbarhet



Påståendefrågor, graferna visar andelen som svarat ”stämmer ganska dåligt” och ”stämmer inte alls”.

Spelregler och incitament för minskade utsläpp

Regelverk, energiförsörjning och ekonomiska styrmedel formar förutsättningarna för företagens investeringar. Hur kraven utformas och samordnas, och hur efterfrågan på produkter med lägre utsläpp kan stärkas, är centrala frågor för den fortsatta omställningen.

Enklare regler och rapportering efterfrågas

Vart fjärde företag (25 procent) anger komplexa regelverk och tunga rapporteringskrav som ett av de största hindren för att nå klimatmålen. Bland små företag gäller det 29 procent, jämfört med 25 procent bland medelstora. Stora bolag verkar ha större kapacitet att hantera komplexiteten i regler och rapportering – endast 13 procent uppger detta som ett av de större hindren.

Nästan vartannat företag (45 procent) anger förenklade och bättre samordnade lagar, regler och rapporteringskrav som en av de åtgärder som skulle ha störst betydelse för möjligheten att nå nettonollutsläpp av växthusgaser senast 2040. Här är andelen högst bland medelstora företag: 55 procent, jämfört med 44 procent bland små och 17 procent bland stora. Regelförenkling lyfts därmed oftare av små och medelstora företag än av stora.

”Jag förstår grundtanken med att man vill ha ordning och reda och komma åt det som inte är bra. Det stöttar jag också. Men det är lätt att det blir så mycket byråkrati att man bara hittar vägar att rapportera, utan att det egentligen driver den förändring som EU är ute efter.”

– HÅLLBARHETSCHEF

”Tidigare kapade vi träreglar som blev över till mindre bitar inför flisning. Nu sparar vi bitar som är en halv meter eller längre så att gymnasiet kan använda dem. Med dagens lagstiftning behövde vi via det lokala miljökontoret få ett beslut om att vi bryter en avfallsström och materialet kunde klassificeras som en biprodukt som någon annan har nytta av. Här skulle enklare hantering snabba på olika lösningar.”

– HÅLLBARHETSCHEF

Ökad efterfrågan på produkter med lägre utsläpp en tydlig prioritering för stora företag

Fyra av tio företag (40 procent) anger åtgärder som ökar efterfrågan på produkter och lösningar med låga utsläpp som en av de åtgärder som skulle ha störst betydelse för möjligheten att nå nettonollutsläpp av växthusgaser senast 2040.

Åtgärder för ökad efterfrågan lyfts särskilt av stora företag, där andelen är 74 procent, jämfört med 41 procent bland medelstora och 28 procent bland små.

Skatter och andra prisincitament som gynnar fossilfria alternativ har däremot en jämnare fördelning. Dessa ses som en av de viktigaste åtgärderna av 47 procent av både små och medelstora företag och 57 procent av stora.

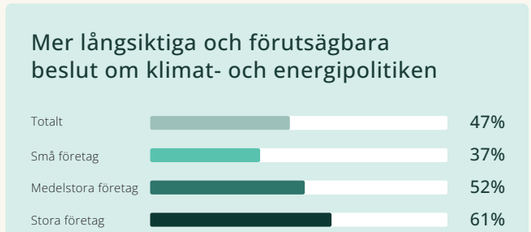
Fossilfri energi och minskat fossilberoende

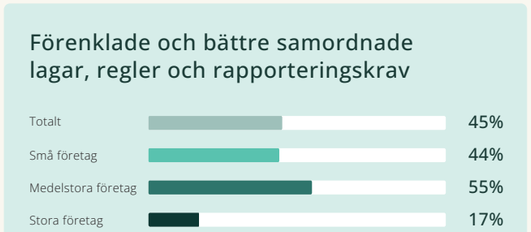
Endast vart tionde företag (10 procent) ser otillräcklig tillgång till fossilfri energi som ett av de största hindren. Bland stora företag är andelen 17 procent, jämfört med 9 procent bland både små och medelstora.

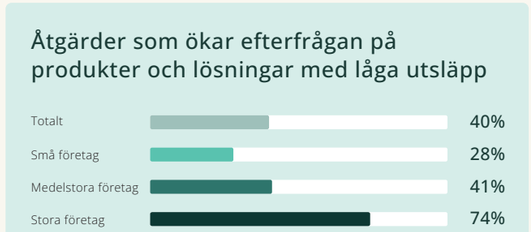
Betydligt fler lyfter minskat fossilberoende som en långsiktig styrka. Nästan vartannat företag (46 procent) ser minskat beroende av fossil energi och fossila råvaror som en av de viktigaste faktorerna för att stärka verksamheten på lång sikt. Bland stora företag gäller det 52 procent och bland små och medelstora 45 procent.

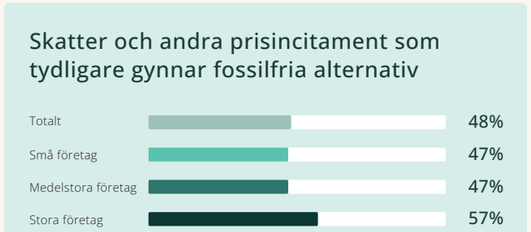
Vart fjärde företag (25 procent) pekar på statlig riskdelning, kreditgarantier eller andra finansieringslösningar för klimatinvesteringar som en viktig åtgärd för att nå målet om nettonollutsläpp av växthusgaser senast 2040. Andelen är 27 procent bland små, 23 procent bland medelstora och 30 procent bland stora företag.











Vilka åtgärder skulle ha störst betydelse för ert företags möjligheter att nå nettonollutsläpp av växthusgaser senast 2040? (fyra största alternativen).

Långsiktiga spelregler krävs för fortsatta investeringar

Omställningen mot nettonollutsläpp av växthusgaser är etablerad på strategisk nivå hos de flesta företag i den svenska diskreta tillverkningsindustrin och pågår i högsta grad operativt. Företagen har kommit olika långt och bolagsstorlek påverkar, men bilden är att de flesta har högt ställda mål och arbetar metodiskt för att nå dessa, trots externa osäkerheter. Nyckelfrågor för tillverkningsföretagens fortsatta arbete är hur och när investeringarna kan ge avkastning och vilka villkor företagen behöver för att fatta långsiktiga hållbara beslut

Tre slutsatser framträder särskilt tydligt i rapporten:

1 Industrin vill nå nettonoll – men investeringarna behöver fungera affärsmässigt

Företagen har strategier, handlingsplaner, mätbara mål för nettonollutsläpp av växthusgaser och regelbunden uppföljning. Arbetet når däremot olika långt i värdekedjan – de flesta arbetar aktivt inom den egna verksamheten. Men i övriga värdekedjan är genomförandet mindre utbrett – drygt hälften av företagen uppger att de arbetar aktivt med Scope 3. Stora företag utmärker sig genom ett mer utbrett arbete och uppger oftare att resurser, kompetens och data finns på plats.

Den affärsmässiga kalkylen är central för vilka investeringar som genomförs. Sju av tio tillverkningsföretag uppger att de har ekonomiska förutsättningar att investera i minskade utsläpp, samtidigt som fyra av tio lyfter konkurrensen med andra affärsprioriteringar som ett av de största hindren. Utmaningen handlar därmed också om vilka investeringar som får företräde.

2 Omställningen kan stärka konkurrenskraften – förutsatt att marknaden följer med

Tillverkningsföretagen gör en tydlig åtskillnad mellan kort och längre sikt. Åtta av tio bedömer att åtgärderna för att minska klimatutsläppen på längre sikt kommer att stärka deras konkurrenskraft, medan endast 37 procent ser samma fördel inom de närmsta tre åren. Stora företag är mest optimistiska kring den kortsiktiga affärsnyttan.

Nästan vartannat företag lyfter både ”ett varumärke som förknippas med hållbarhet och låga utsläpp” och ”ett minskat beroende av fossil energi och fossila råvaror” som väsentliga faktorer för att stärka verksamheten. Drygt hälften anger ”otillräcklig efterfrågan eller betalningsvilja” som ett av de största hindren. Företagen kan inte ensamma skapa den marknad som krävs för att skala upp lösningarna mot omställning och konkurrenskraft, förutsatt att lösningarna också fungerar kommersiellt.

3 Företagen efterfrågar förutsägbarhet och långsiktiga spelregler

Möjligheten att nå nettonollutsläpp av växthusgaser avgörs inte enbart innanför fabriksgrindarna. Företagen behöver kunna fatta långsiktiga investeringsbeslut utifrån stabila förutsättningar.

En majoritet bedömer att Sveriges respektive EU:s klimat- och energipolitik inte är tillräckligt förutsägbar för sådana beslut. Stora företag är särskilt kritiska till den svenska politikens avsaknad av förutsägbarhet. Företagens svar pekar ut vad de främst efterlyser: ”skatter och andra prisincitament som tydligare gynnar fossilfria alternativ”, ”långsiktiga och förutsägbara politiska beslut” samt ”enklare och bättre samordnade regelverk”. Det är dessa åtgärder som flest bedömer skulle ha störst betydelse för möjligheten att nå nettonoll senast 2040.

Rapporten pekar på en industri som i stor utsträckning har mål, handlingsplaner och uppföljningsrutiner för att driva omställningen mot nettonoll vidare. Företagen upplever samtidigt hinder som ”otillräcklig efterfrågan”, ”leverantörernas begränsade förmåga att ställa om” och ”konkurrens mellan klimatinvesteringar och andra affärsprioriteringar”. Företagens svar lyfter behovet av långsiktiga politiska beslut, bättre samordnade regelverk och prisincitament för fossilfria alternativ.

Utmaningen framåt handlar mindre om att ytterligare skruva upp tillverkningsföretagens ambitionsnivåer och mer om att skapa långsiktiga spelregler och marknadsvillkor som gör investeringar för minskade utsläpp lönsamma och skalbara.

Net Zero Industry
impact innovation

OM NET ZERO INDUSTRY

Net Zero Industry är ett forsknings- och innovationsprogram med målet att bidra till en konkurrenskraftig och resilient tillverknings-industri med nettonollutsläpp av växthusgaser.