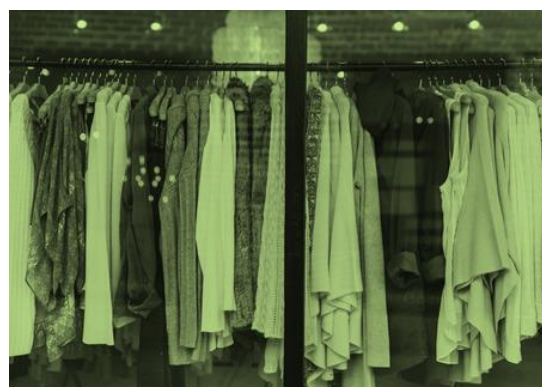
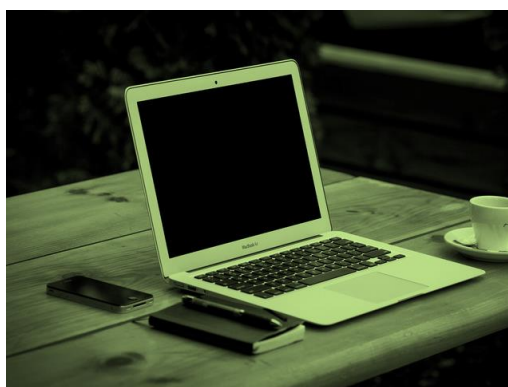


SMB-ENES ROLLE I DET GRØNNE SKIFTET

FORPROSJEKT FOR KLIMA- OG MILJØDEPARTEMENTET



MARS 2021

OM RAPPORTEN

Denne rapporten er utarbeidet av NyAnalyse og Footstep for Klima- og miljødepartementet (KLD). Tema er status, barrierer og muligheter for de små og mellomstore bedriftene i det grønne skiftet. Oppdraget er første del i et større arbeid med å utvikle et veikart for økt verdiskaping og grønn omstilling for mindre bedrifter. Dette forprosjektet skal undersøke status, hente inn erfaringer, og identifisere viktige barrierer og muligheter for at de små og mellomstore virksomhetene i større grad kan delta i den grønne omstillingen.

Funn og konklusjoner i denne utredningen representerer NyAnalyse og Footstep sine egne faglige vurderinger. Vi takker for godt og konstruktivt samarbeid med SMB Norge og Klima- og miljødepartementet i arbeidet med spørreundersøkelser og avklaringer underveis.

NyAnalyse AS er et uavhengig rådgivnings- og utredningsselskap med spisskompetanse innen samfunnsøkonomisk analyse, næringspolitikk, og arbeidsliv, herunder beregninger tilknyttet bærekraft, verdiskaping og ringvirkninger. Footstep er et rådgivingselskap som leverer brukerfokuserte og bærekraftige løsninger og tjenester til offentlig og privat sektor innen strategi, ledelse og teknologi.

RAPPORTEN ER SKREVET AV

Terje Strøm (partner og sjeføkonom, NyAnalyse)

Ida Gram (seniorrådgiver, Footstep)

Villeman Vinje (partner og seniorøkonom, NyAnalyse)

Eivind Langdal (seniorøkonom, NyAnalyse)

Martin Sundhaugen (analytiker, NyAnalyse)

INNHALDSFORTEGNELSE

SAMMENDRAG	4
INNLEDNING	8
DEL 1: ANALYSE OG KUNNSKAPSSTATUS	9
SMB-BEDRIFTERS BETYDNING FOR NORSKE KLIMAFORPLIKTELSER	9
ERFARINGER FRA ANDRE VEIKART FOR GRØNN OMSTILLING	11
NORSK KLIMA- OG MILJØPOLITIKK	17
STRATEGI FOR GRØNN KONKURRANSEKRAFT (2017)	18
EKSPERTUTVALGETS RAPPORT: HVORDAN KAN NORGE SKAPE GRØNN KONKURRANSEKRAFT?	18
NORSKE PARTIERS POLITIKK FOR GRØNN OMSTILLING	20
FORSKNING OM GRØNN OMSTILLING I SMB-ER	21
FUNN FRA BÆREKRAFTSBAROMETER	25
DEL 2: STATUS, BARRIERER OG MULIGHETER FOR SMB-ER.....	28
SPØRREUNDERSØKELSE 1: STATUS OG HOLDNINGER.....	29
SPØRREUNDERSØKELSE 2: BARRIERER, MULIGHETER OG TILTAK.....	36
DYBDEINTERVJUER AV SMB-LEDERE – OPPSUMMERT.....	42
DEL 3: SAMMENKOBLING OG INTEGRERT ANALYSE	44
SAMMENFATNING AV FUNN FRA DEL 1 OG 2.....	44
VEIEN VIDERE	48
VEDLEGG	52
POLITISKE MÅLSETTINGER PÅ KLIMA- OG MILJØOMRÅDET	52
FNs BÆREKRAFTSMÅL	52
EUROPEAN GREEN DEAL	52
EU – THE GREEN ACTION PLAN FOR SMES	55
SAMMENDRAG AV RELEVANTE SMEUNITED-DOKUMENTER.....	58
POLITISKE PARTIER I NORGE. POLITIKK FOR GRØNN OMSTILLING	61
INTERVJUGUIDE: GRØNN OMSTILLING FOR SMB-ER	64
LITTERATURLISTE	66

SAMMENDRAG

Den globale utviklingen står foran et paradigmeskifte. Fossil økonomi har gitt høy levestandard, men er ikke bærekraftig på sikt, fordi dens indirekte virkninger over tid truer livsgrunnlaget i store deler av verden. Det er derfor avgjørende å lykkes med det grønne skiftet, noe som krever innovasjon, omstilling og investeringer for å skape arbeidsplasser, bedrifter og til dels nye næringer hvor økonomisk vekst ikke ødelegger klima og miljø. Dette fordrer samarbeid mellom myndigheter og næringsliv, både nasjonalt og internasjonalt. Myndighetene må legge til rette for grønn omstilling gjennom hensiktsmessige virkemidler og rammebetingelser som understøtter og gir incentiver til omstilling i hele økonomien.

Nærmere om forprosjektet

Dette forprosjektet har hatt som mål å identifisere status, utfordringer og muligheter for det grønne skiftet når det gjelder spesielt små og mellomstore bedrifter i Norge. Prosjektet samler viktig innsikt fra forskning og erfaringer med grønne veikart i ulike bransjer. Det er også innhentet ny empiri gjennom to spørreundersøkelser rettet mot ledere i SMB-er og gjennom intervjuer med et utvalg ledere. Forprosjektet gir grunnlag for et større prosjekt for utvikling av et grønt veikart for SMB-er og hva som kan være hensiktsmessige løsninger og virkemidler. Dette arbeidet bør ses i lys av tiltak og innsatser i den ferske *Klimameldingen* (Meld. St.13 (2020-2021)) som ble offentliggjort i slutfasen av forprosjektet.

Ni av ti bedrifter i Norge kan karakteriseres som små eller mellomstore i Norge. De spiller med andre ord en avgjørende rolle i grønn omstilling og i arbeidet med å nå klimamålsetningene frem til 2030. Det er også store markedsmuligheter for bedriftene som lykkes med grønn konkurransekraft. Myndigheter som sørger for god incentivstruktur som «nudgen» (dytter) bedriftene i grønn retning vil både nå klimamålsetningene raskere og vinne konkurransen om fremtidens miljøbevisste forbrukere. Norsk samfunnet og norsk næringsliv er gjennomgående langt mer opptatt av grønn omstilling enn for noen år tilbake, og ser det som en mulighet fremover. Funn fra undersøkelsene blant bedriftslederne viser at også SMB-ene er engasjerte og motiverte, men at de mangler tid og kompetanse til å planlegge og gjennomføre grønn omstilling.

Hva sier internasjonal forskning om SMB-er og grønn omstilling?

Som en del av oppdraget har det blitt foretatt en gjennomgang av internasjonal forskning om SMB-er og grønn omstilling. Pinget m. fl. (2014) fremhever positiv sammenheng mellom reguleringer og grønn innovasjon. Innovasjonen øker også om bedriften er en del av en klynge, eller om den forurenser mye. Videre finner de at større SMB-er er mer tilbøyelige til å utføre grønn innovasjon. Et annet viktig funn er at SMB-er som prioriterer vekststrategi ofte

nedprioriterer grønn innovasjon. Finansielle begrensninger eller høyere omsetning ser ikke ut til å ha klar en påvirkning. OECD (2015) påpeker at miljøregulering av SMB-er vanskelig, siden de eksisterer på tvers av flere næringer. Rapporten fremhever tre typer barrierer for grønn omstilling i SMB-er, knyttet til ressurser, holdninger og bedriftskultur, samt lav bevissthet om temaet. Tabellen nedenfor oppsummerer viktige funn.

Ressursrelaterte barrierer	Barrierer basert på holdninger og bedriftskultur	Barrierer knyttet til manglende bevissthet
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mangel på ressurser til å utforske tilgjengelighet av støtte og virkemidler. ▪ Regler og lovverk oppfattes ofte som for avanserte. ▪ Betydelig tidspress i små virksomheter. Går utover tiden til å reflektere over strategiske fremtidige beslutninger. ▪ Mangel på investeringer i kompetanseheving rettet mot grønt skifte og bærekraft. Eierskap og daglig virke går ofte hånd i hånd blant SMB-bedrifter, og personlig preferanser er derfor dominerende når bedriften står overfor investeringsbeslutninger og andre veivalg. ▪ Ingen utpekt ansatt i bedriften får ansvaret for miljø- og bærekraftrettede spørsmål. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mange tror at deres SMB har liten miljøpåvirkning og ingen utfordringer de behøver å håndtere. ▪ «Mismatch» mellom oppfatning og tiltak: miljøengasjement er ikke nødvendigvis overførbart til konkrete miljørettede tiltak. ▪ Oppfatning om at miljø og bærekraft ikke er relevant for virksomheten (miljø og klima blir ikke sett på som et virksomhetsområder). ▪ Skepsis mot potensielle kostnadsbesparelser og markedsmuligheter ved å delta i den grønne omstillingen. ▪ For kortsiktig bedriftsplanlegging. Mange SMB-er er av den oppfatningen at kostnadene som påløper ved å delta i det grønne skiftet øker raskt og på kort sikt, mens fordelene en potensielt kan høste tilfaller bedriften på lengre sikt. Mangel på finansiering underbygger denne oppfatningen. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mangel på bevissthet knyttet til miljørettet lovgivning. ▪ Ikke klar over at det finnes organisasjoner som tilbyr støtte for å delta i den grønne omstillingen, samt ikke klar over at det eksisterer tilgjengelig og relevant informasjon.

Kilde: OECD (2015)

En spørreundersøkelse utført av EU-kommisjonen (2020b) om SMB-er og sirkulærøkonomi viser at majoriteten ikke er klar over tilgjengelige finansieringsordninger rettet mot sirkulærøkonomi og kun en tredjedel kjenner til minst en tilgjengelig, alternativ finansieringskilde. Videre fremkommer det at jo større SMB-en er, jo mindre sannsynlig er det at den har opplevd vanskeligheter knyttet til finansiering av sirkulærøkonomiske tiltak. Det er også få som ser sammenhengen mellom kostnader og fordeler ved å fokusere på sirkulærøkonomi.

Hovedfunn fra forprosjektet: Positive holdninger, men behov for målrettede tiltak for å lykkes med grønn omstilling

Som del av forprosjektet er det gjennomført to spørreundersøkelser rettet mot ledere i SMB-er. Den første kartlegger status og holdninger til grønn omstilling blant SMB-er, mens den andre belyser opplevde barrierer, muligheter og mulige tiltak for å fremme grønn omstilling. *Grønn omstilling* viser i denne sammenheng til bedriftsutvikling (investeringer, innovasjon, mv.) for å utvikle nye eller eksisterende tjenester og produkter til å bli miljøvennlige, samtidig som bedriften opprettholder eller styrker sin konkurransekraft.

Den første spørreundersøkelsen viser at de fleste av de som har besvart spørreundersøkelsen er positive til grønn omstilling og vurderes mer som en mulighet enn en trussel. Reduksjon av klimautslipp er den viktigste motivasjonsfaktoren, etterfulgt av fremtidens verdiskaping. Blant dem som ikke er opptatt grønn omstilling, oppgir de fleste at det ikke er viktig for produktene/tjenestene de leverer. Drøyt halvparten av SMB-lederne mener de i liten grad tar del i grønn omstilling, mens litt over en tredjedel mener de gjør det i stor grad. De færreste har hørt om grønne veikart for sin bransje, noe som tyder på at det er behov for mer markedsføring av temaet fremover.

Den andre spørreundersøkelsen viser at det er behov for flere tiltak for å få fart på grønn omstilling blant SMB-ene. Et vesentlig funn er at SMB-ene legger større vekt på barrierer knyttet til myndigheter og kunder enn på forhold ved den enkelte bedriften. Når det gjelder offentlige myndigheter fremheves manglende informasjon tilpasset SMB-er og manglende incentiver (for eksempel støtteordninger) som de viktigste barrierene. På kundesiden er den største barrieren at kunders ønske om grønnere produkter/tjenester ikke nødvendigvis medfører økt etterspørsel.

Viktigste barrierer identifisert i bedriftsundersøkelsen

Barriere	Andel enige
Manglende informasjon tilpasset små og mellomstore bedrifter.	62 %
Mange kunder sier de ønsker grønne produkter/tjenester, men vi opplever ikke dette i faktisk etterspørsel.	61 %
De fleste kunder er ikke villig til å betale ekstra for grønne produkter/tjenester.	59 %
Manglende incentiver fra myndighetene (for eksempel støtteordninger).	51 %
Miljøsertifisering er for dyrt i vår bransje.	44 %
Mange kunder ønsker seg miljøvennlige produkter, men forvirres av regelverk og produktinformasjon.	42 %
For høye skatter/avgifter i vår bransje	41 %
Konkurransehensyn (for eksempel at vi risikerer å prise oss ut)	39 %

Kilde: NyAnalyse | Footstep | SMB Norge

Når det gjelder muligheter ved grønn omstilling, er SMB-lederne flest relativt nøytrale. Kun en tredjedel mener det vil gi flere kunder og bedre produktutvikling. Omtrent like mange oppgir at de tror det vil gi bedre lønnsomhet og større markedsandeler. Offentlige innkjøpsordninger som prioriterer lokal og kortreist leveranse høyest rangeres som beste tiltak for grønn omstilling. Over halvparten nevner bedre reguleringer og at det bør tilrettelegges for møteplasser mellom små og store bedrifter for å utveksle erfaring og læring.

Intervjuer med ledere i SMB-ene understøtter i stor grad funn fra spørreundersøkelsene. Hovedinntrykket er at de intervjuede er positive til grønn omstilling, men at kompetanse og kapasitet til å arbeide med temaet er begrenset. Typiske «grønne» tiltak er ikke del av bedriftenes kjernevirksomhet eller produkter, men stort sett knyttet til av kildesortering, energisparing og lignende. Få kjenner til grønne veikart og de fleste har utpreget driftsfokus, og arbeider lite med grønn strategi. Av mulige tiltak for å fremme grønn omstilling fremheves delfinansiering av miljøsertifisering og andre økonomiske «gulrøtter». Samtidig er det ikke slik at økonomi utelukkende ses som en barriere for grønn omstilling. Flere oppgir at «branding» eller merkevarebygging av produkter eller bedrifter som «grønne» kan være et konkurransefortrinn.

Noen råd på veien videre: Hvordan motivere SMB-bedrifter til grønn omstilling?

Forprosjektet viser at utgangspunktet for grønn omstilling blant SMB-ene på mange måter er godt. I spørreundersøkelsen oppgir seks av ti SMB-er at de er positive til grønn omstilling, drøyt fire av ti mener at grønn omstilling representerer «mest en mulighet», og drøyt tre av ti oppgir at de tror lønnsomheten på sikt vil øke dersom de lykkes med grønn omstilling. Samtidig indikerer de store andelene som svarer «verken enig eller uenig» i spørreundersøkelsene betydelig usikkerhet og/eller mangel på kunnskap når det gjelder de mulige positive konsekvensene av grønn omstilling, og hvilken rolle den enkelte bedrift kan spille i omstillingen.

Funn fra forprosjektet tilsier at for å motivere til grønn omstilling så er det først og fremst behov for å bygge kunnskap og kompetanse og tro på egne muligheter og rolle i arbeidet. I tillegg indikerer funnene at det er behov for mer samarbeid internt i de ulike næringene, altså at næringsorganisasjonene gir litt «drahjelp» til bedrifter og bedriftsledere. Flere oppgir behov for og ønske om å lære av andre, fortrinnsvis at de mindre bedriftene kan lære fra de større, som ofte har mer erfaring, ressurser og infrastruktur til å arbeide med grønn omstilling. At grønn omstilling/grønne virksomheter kan gi bedrifter positiv «branding» og mulig konkurransefortrinn kan bygges videre på, men er nok mest aktuelt for bedrifter som har kjerneleveranser som kan gjøres «grønnere» gjennom materialvalg eller forretningsmodeller. Samtidig er det viktig å få frem at andre bedrifter kan gjøre bedriften grønnere gjennom smarte energivalg, fokus på grønt/bærekraftig forbruk, kildesortering, digitale løsninger, grønne (under)leverandørvalg og miljøvennlig transport, for å nevne noe.

INNLEDNING

Dette forprosjektet har som formål å kartlegge små og mellomstore bedrifiers status, utfordringer og muligheter innen grønn omstilling. Oppdraget er en første tilnærming i et planlagt større arbeid med å utvikle et veikart for økt verdiskaping og grønn omstilling for små og mellomstore bedrifter i Norge.

Målgruppen for denne rapporten er primært medlemmene i SMB Norge, men også mindre bedrifter i næringslivet generelt. Dette er et forprosjekt, gjennomført innenfor en kort tidsramme, med formål om å kartlegge status og holdninger til grønn omstilling, samt identifisere de største barrierene, mulighetene og tiltakene for å realisere omstillingen. Funnene i rapporten er ment å danne grunnlag til et arbeid for å lage et eget grønt veikart for SMB-er i Norge.

I samarbeid med SMB Norge, landets fremste næringsorganisasjon for små og mellomstore virksomheter, er det i forprosjektet gjennomført to spørreundersøkelser. De fleste bedriftene som har besvart spørreundersøkelsene har færre enn 30 ansatte, og det er daglig leder som har svart på spørsmålene. Den første undersøkelsen resulterte i 700 svar og den andre, som gikk mer i dybden på utvalgte problemstillinger, gav drøyt 400 svar. Helsebransjen var utelatt fra den andre undersøkelsen, da svært mange av de som besvarte undersøkelsen fra helsebransjen signaliserte at grønn omstilling var «uten betydning» for produkter/tjenester de leverer i den første undersøkelsen.

I tillegg er det gjennomført 10 intervjuer med daglig ledere i SMB-bedrifter. Disse intervjuene underbygger hovedfunnet fra spørreundersøkelsene, nemlig at de fleste daglig ledere i hovedsak mener grønn omstilling er positivt. Videre bekrefter intervjuene at kun et fåtall har kjennskap til grønt veikart for bransjen.

BEGREPSAVKLARINGER

Grønn omstilling: Bedriftsutvikling (investeringer, innovasjon, mv) for å utvikle nye eller eksisterende tjenester og produkter til å bli miljøvennlige - samtidig som bedriften opprettholder eller styrker konkurransekraften.

Grønt veikart: Strategidokument for omstilling til lavutslippssamfunnet i en spesifikk bransje. Veikartene utformes av aktørene selv i den bransjen som beskrives.

Sirkulærøkonomi: Prinsipp for økonomisk virksomhet som har som mål at ressurser forblir i økonomien lengst mulig. Dette ønskes oppnådd ved å redusere råvarebruk, avfall, utslipp og energiforbruk til et minimum. Også kjent som kretsløpsøkonomi.

SMB-er: Små og mellomstore bedrifter. Defineres typisk i Norge som bedrifter med 100 eller færre ansatte. Bedrifter med 1-20 ansatte betegnes som små, 21-100 som mellomstore, og over 100 som store. I Norge utgjør SMB-er 98 prosent av alle bedrifter, med 47 prosent av alle ansatte i privat sektor. Verdiskaping for SMB-er utgjør omtrent halvparten av totalen i landet (NHO, i.n).

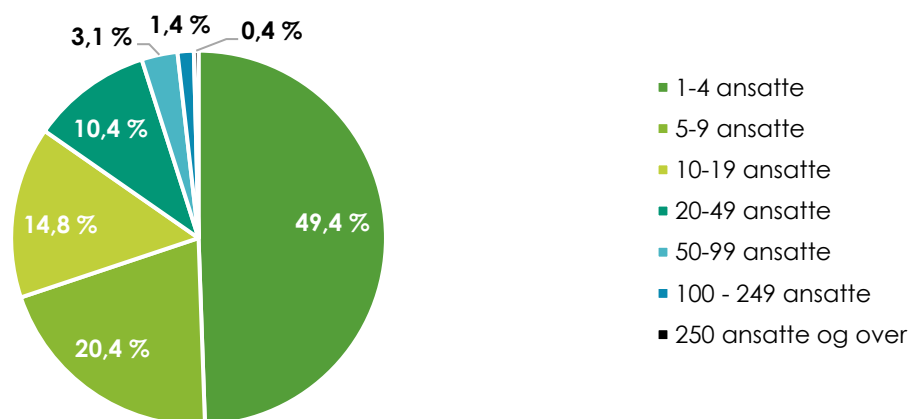
DEL 1: ANALYSE OG KUNNSKAPSSTATUS

I første del av rapporten gjennomgås eksisterende kunnskapsgrunnlag om SMB-er og grønn omstilling, med formål om å sammenfatte erfaring fra politikk, forskning, og andre områder som kan bidra til å skape et effektivt grønt veikart for SMB-er i Norge. Sentrale funn fra grønne veikart i andre bransjer er oppsummert, med fokus på muligheter, begrensninger og tiltak som er relevante for SMB-er. Videre er det er det gitt en gjennomgang av gjeldende politikk fra de forskjellige partiene i Norge på området. Funn fra SMEUnited, en paraplyorganisasjon for SMB-er, samt funn fra forskning og annen litteratur, er også oppgitt.

SMB-BEDRIFTERS BETYDNING FOR NORSKE KLIMAFORPLIKTELSER

Små og mellomstore bedrifter (SMB-er) utgjør ryggraden i norsk næringsliv og skaper enorme verdier hvert eneste år. I rapporten «Norske bedrifter verdibidrag», som NyAnalyse gjennomførte for DNB i 2018, kommer det frem at SMB-bedriftene sto for 42 prosent av verdiskapingen i privat næringsliv (NyAnalyse, 2018). Basert på EUs standard størrelsesdefinisjon for SMB-er (under 100 ansatte), kan hele 98 prosent av det totale antallet registrerte virksomheter med ansatte i Norge karakteriseres som en SMB-bedrift. Figur 1 illustrerer dette, og viser også at ca. 85 prosent av norske bedrifter har under 20 ansatte.

Figur 1: Fordeling av norske virksomheter, 2020. Inndelt i størrelsesgrupper etter antall ansatte. Virksomheter med ingen registrerte ansatte ekskludert



Kilde: NyAnalyse

I disse tider, hvor det er ekstra fokus på jobbskaping og jobbsikring, er det også relevant å peke på at SMB-bedriftene står for 56 prosent av sysselsettingen i Norge, rett i overkant av 1 million årsverk i 2019. Med dette betydelige omfanget av økonomien er et grønt veikart for bærekraftig omstilling i små og mellomstore bedrifter derfor en forutsetning for at norsk næringsliv skal være en sterk bidragsyter mot et fremtidig lavutslippssamfunn.

Økt bevissthet om klimaendringer har økt interessen for bærekraftig økonomisk verdiskaping i næringslivet. I en tid der flere store, globale selskaper har ressurser og kapasitet til å sette bærekraftig omstilling på dagsordenen, eksisterer det imidlertid en rekke barrierer for at små og mellomstore bedrifter skal kunne ta del i den samme utviklingen. Tilgang på kvalifisert arbeidskraft, vekstorienterte rammevilkår (deriblant skatteinsentiver) og kapitaltilgang pekes ut blant disse.

Det er mange SMB-bedrifter som ikke har tilstrekkelig investeringsevne og lønnsomhet til å gjennomføre en innovativ, grønn omstilling. Det er ofte stordriftsfordeler ved innføring av ny teknologi og innovasjon, noe som fører til at mindre bedrifter kan ha større barrierer for å endre sin vare- eller tjenesteproduksjon enn det større bedrifter står overfor, selv om det er i samfunnets interesse at det grønne skiftet omfatter hele bredden av næringslivet. En slik markedssvikt kan myndigheter bidra til å korrigere ved innføring av ny næringspolitikk og reguleringer som endrer omstillingsincentivene SMB-bedrifter står overfor.

For å kunne målsette nye ordninger som kan øke omfanget i den grønne omstillingen for SMB-segmentet, er det kartlagt hvilke utfordringer små og mellomstore bedrifter opplever tilknyttet et grønt skifte. Både holdninger til og kunnskap om grønn omstilling hos hverdagsnæringslivet i Norge, blir svært viktig for at Norge samlet skal lykkes med ambisjoner om store klimakutt innen 2030.

ERFARINGER FRA ANDRE VEIKART FOR GRØNN OMSTILLING

Det eksisterer allerede en rekke veikart for grønn konkurransekraft i Norge. Felles for disse er at de tar for seg spesifikke næringer, fra landbruk og eiendom, til olje og reiseliv. Dette forprosjektet reder grunnen for at det kan bli utarbeidet et veikart for SMB-er, som betyr at fellesnevneren for bedriftene ikke er næringen de tilhører, men heller deres størrelse. Implikasjonen av dette er at selv om den del av innholdet er gyldig for alle bedrifter, kan man vente at bedriftsstørrelsesrelaterte elementer vil kunne skille seg fra eksisterende veikart. Funn fra tidligere veikart kan derimot gi inspirasjon til tiltak, muligheter og barrierer som er gjeldende for SMB-er. Det viktigste blir gått gjennom her.

En fellesnevner for flere veikart er at de trekker frem *reguleringer* som en nødvendighet for å få med alle bedrifter i en næring. Dette begrunnes med at mange bedrifter vil avvente grønn omstilling til de blir tvunget til å endre seg. Reguleringer kan også brukes for å gi likt spillerom, i den forstand at bedrifter frarøves muligheten til å utkonkurrere andre ved å ta i bruk billigere og mindre miljøeffektive løsninger. Samtidig må det påpekes at reguleringer også kan presse marginer hos SMB-er, og dermed gi uheldige konkurransefortrinn til større bedrifter. Det taler for at alle reguleringer bør forankres i sterkt kunnskapsgrunnlag, samt at de varsles i forkant for å gi bedrifter tid til å omstille seg.

Flere av veikartene tilhører næringer som har større *indirekte* utslipp enn *direkte* utslipp. Finans er et eksempel på dette (Finans Norge, 2018). Dette vil i stor grad også gjelde SMB-er, som individuelt har liten direkte påvirkning på utslipp i Norge. Men SMB-er samhandler med næringer med store utslipp, for eksempel næringstransport. Teoretisk er det derfor mulig at SMB-er kan gå sammen for å påvirke slike næringer til å redusere utslipp. I praksis er dette derimot utfordrende, siden grønn omstilling i næringer som transport kan medføre økte kostnader som delvis overføres til SMB-ene.

I veikartet for handel nevnes SMB-er eksplisitt, hvor det poengteres at kunnskap om grønn omstilling for SMB-er ofte kan være begrenset. Veikartet argumenterer for at endring medfører usikkerhet og konsekvenser man ikke ser rekkevidden av, og at frykten for å feile derfor kan hemme beslutninger. Som konsekvens blir det da enklest og mest behagelig å fortsette som før – så lenge det går (Virke og LO, 2016).

Veikartet for handel har et overordnet sterkt fokus på sirkulærøkonomi (Virke og LO, 2016). Dette vil føre til forbedret resirkulering og avfallshåndtering, men gir også gevinster for bedrifter og forbrukere. Argumentet er at det er penger å spare på å benytte færre ressurser, samt det å anvende flere ressurser på nytt, etter at sirkulære verdikjeder har blitt etablert. Blant tiltak for små og store handelsvirksomheter trekker veikartet frem å opprette et såkalt «best practice»-

nettverk for handelsbedrifter som jobber sirkulært, og lage møteplasser for samarbeid innad og på tvers av verdikjeden.

Basert på spørreundersøkelser, dybdeintervjuer og litteraturstudier gjennomført som del av dette forprosjektet, er tilrettelegging for møteplasser og økt informasjonsflyt også noe SMB-ene ønsker selv. Dette gjelder ikke nødvendigvis kun økt kunnskap om sirkulærøkonomi, men også generell informasjon om hvordan deres SMB skal ta del i det grønne skiftet. Likevel tyder våre funn og tilbakemeldinger på at begrepet sirkulærøkonomi kan betraktes som utfordrende for enkelte. Derfor er det interessant at veikartet for handelsnæringen igjen tar opp SMB-ene eksplisitt når det gjelder omstilling til en sirkulær økonomi:

FRA GRØNT VEIKART FOR HANDELSNÆRINGEN:

Tiltak må rettes inn spesielt mot **små og mellomstore bedrifter** som har stort potensiale i en sirkulær økonomi, men begrensede ressurser til innovasjon og utvikling.

Kilde: Virke og LO (2016)

Veikartet for handelsnæringen tar også opp at handelen består av en lang rekke bransjer innenfor detalj- og engroshandel, der sluttkunden kan være både privat og profesjonell (Virke og LO, 2016). Virksomhetene er organisert forskjellig, selger ulike produkter, er representert gjennom ulike typer eierskap, og er forskjellige i størrelse – blant annet ved antall ansatte. Alt dette er strukturelle forhold som påvirker ressursgrunnet og kunnskapsnivået om grønn omstilling i bedriftene, hvor det påpekes at det er de største aktørene som har kommet lengst i miljøarbeidet.

Virke og LO (2016) hevder norsk varehandel høster mye anerkjennelse for at bærekraftsfokus er aktivert internt i bedriftene, blant annet gjennom kompetanseprogrammer, medarbeiderdrevet innovasjon og samarbeid på arbeidsplassen. Likevel foreslås det ytterligere kompetansehevende tiltak som må iverksettes både fra myndighetenes og virksomhetenes side. For myndighetene omfatter dette forskning rundt klima og forbruk, inkludert arbeidslivsforskning relatert til hvordan klima- og miljøfokus påvirker bedriftene.

I tillegg foreslås det at det opprettes en finansieringsordning for opplæring, kompetanseheving og etter- og videreutdanning. Fra de små og store handelsvirksomhetenes side dreier det seg om kompetansehevingsprogrammer for ansatte for å veilede kunder som i økende grad selv er oppdatert og opptatt av å ta ansvarlige valg.

Veikartet for handel nevner også et viktig poeng om forbrukere som dette forprosjektet har avdekket – nemlig at kunder og forbrukere ofte sier de ønsker grønne produkter, men at dette

ønsket ikke nødvendigvis resulterer i faktisk etterspørsel etter slike produkter. En årsak til dette kan være at grønne produkter oppfattes som dyre og lite attraktive. Forbrukere som faktisk ønsker å kjøpe miljøvennlig kan også bli forvirret av produktinformasjon, og dermed melde seg av som konsekvens. Ifølge veikartet for handelsnæringen er gode merkeordninger løsningen på sistnevnte problem (Virke og LO, 2016).

I veikartet for transport uttrykkes det et ønske om flere el-varebiler (Stakeholder mfl., 2016). I våre intervjuer med ledere i SMB-er gjentas dette poenget, gjerne fordi kjøp av elektrisk firmatransport er et åpenbart grep for å oppnå grønn omstilling for mindre bedrifter. Samtidig trekkes det frem både i veikartet og våre intervjuer at fordelene for el-varebil er mindre gunstige enn private el-biler, som taler for at bedre incentivordninger bør vurderes. Det eksisterer støtteordninger til kjøp av el-varebiler, f.eks. gjennom Enova, men man kan diskutere hvor kjente de er. Om slike støtteordninger integreres i prisene som bilforhandlerne tilbyr, fjerner man behovet for at bedriftene holder seg oppdatert på ulike støtteordninger for å kunne vurdere de effektive netto kostnadene. Det sparer og tid for SMB-ene, som er en annen viktig begrensende faktor disse peker på.

Etterspørsel etter flere incentiver er et poeng som gjentas i flere av de grønne veikartene. Bedrifter i mange næringer uttrykker et ønske om å utføre grønn omstilling, men hindres av ulike barrierer. Incentivordninger fra myndighetene trekkes frem som en mulig løsning på problemet. Slike ordninger vil åpenbart variere fra næring til næring, og myndighetene må naturligvis vurdere nytten og kostnadene opp mot hverandre.

En viktig konsekvens som trekkes frem i veikartet for transport er *kostnadsforskyvninger*. I likhet med mange SMB-er er transport en del av skjermet sektor, som betyr at økte kostnader ofte kan skyves over til kunder, uten at etterspørselen påvirkes i like stor grad som konkurranseutsatt eksportsektor. Samtidig tilhører noen av disse kundene av transportselskapene selv konkurranseutsatt sektor, som betyr at økte kostnader kan gi redusert konkurranseevne for slike aktører (Stakeholder mfl., 2016). Om dette gir negative konsekvenser for norsk eksport eller ikke, vil naturligvis avhenge av størrelsen til kostnadsøkningen, men poenget er likevel viktig å ha i mente.

Et veikart som kanskje er mer relevant enn mange av de andre, er **veikartet for kunnskapsnæringene** (Abelia mfl., 2016). Ikke bare er det mange SMB-er som selv tilhører denne næringen, men veikartet er også unikt fordi det spenner over flere næringer. Kunnskapsnæringer fordeler seg nemlig over flere smånæringer, inkludert teknologi, finans, design, konsulentvirksomhet, og arkitektur. På grunn av dette vil veikartet for næringen ha flere likhetstegn med det fremtidige veikartet for SMB-er. Kunnskapsveikartet trekker frem et

interessant paradoks, nemlig at Norge henger etter på faktiske resultater i grønn omstilling, tross gode forutsetninger som høy fagkompetanse, økonomisk styrke, naturgitte forutsetninger, høy grad av digitalisering, pragmatiske og delende virksomheter, samt risikovillighet. Dette er naturligvis karakteristikk som preger mange SMB-er.

På tiltakssiden kommer veikartet med tre konkrete forslag:

- En omfordeling i bruk av tid og ressurser på daglig drift, utvikling og innovasjon: 70 prosent skal gå til drift, 20 prosent til utvikling, og 10 prosent til innovasjon. Denne fordelingen er veiledende, ikke bindende.
- Bærekraftig forretningsmodellering. Bedrifter bør ledes fra en tredelt bunnlinje som ivaretar mennesker, klima og økonomisk vinning.
- Økt grad av tverrsektorielt samarbeid. Veikartet argumenterer for at det er i skjæringspunktet mellom ulike disipliner at fremtidens løsninger utvikles.

Hvorvidt disse forslagene er gjeldende for SMB-er, er naturligvis et diskusjonsmoment. Sannsynligvis kan det være aktuelt for noen, og helt uaktuelt for andre. Som det pekes på i del 2, er det et fellestrekk blant SMB-lederne som er intervjuet at tiden deres primært går til drift, som betyr at planlegging av grønn omstilling og innovasjon må delegeres til kveldstid. For SMB-er vil tid ofte være en svært begrenset ressurs, som betyr at grønn innovasjon typisk vil være en luksus forbeholdt større bedrifter. Samtidig må det påpekes at grønn omstilling må være preget av nytenking, som ofte kan medføre at selv små bedrifter må vurdere muligheten for at mer innovativt fokus kan gi positive konsekvenser på sikt.

Veikartet for byggenæringen er utarbeidet av Byggenæringens Landsforening (BNL), og refererer til at bygg-, eiendoms- og anleggssektoren benytter nær 40 prosent av alle ressurser på verdensbasis (herunder materialer og energi), og at 36 prosent av de globale klimautslippene kan tilskrives sektoren (BNL, 2016). Det poengteres at eierne og aktørene innen byggenæringen derfor har et særskilt ansvar for å bidra til det grønne skiftet. Videre innebærer det grønne skiftet økt verdiskaping med mindre samlet miljøbelastning, slik at endringene som det grønne skiftet representerer gir store markedsmuligheter for byggenæringen og resten av samfunnet som etterspør næringens tjenester og leveranser.

BNL vil blant annet begrense den globale oppvarmingen ved å rette fokus mot utslipp og miljøkonsekvenser fra hele livsløpet til byggenæringen. Sirkulærøkonomi fremheves også som et prioritert område, der BNL skal bistå i overgangen fra et «bruk og kast»-samfunn til gjenbruks- og gjenvinningsamfunnet, ved å blant annet utforme en handlingsplan for kompetanseheving innen sirkulærøkonomi. BNL er også av den oppfatning at energiforsyningen i bygg skal baseres på fornybare energikilder. For å fase ut dagens forsyning pekes det på forskriftskrav for

nyoppsatte bygg, samt tilskudd, skattefradrag og andre juridiske virkemidler for eksisterende bygg. Enkelte av disse skisserte tiltakene sammenfaller dermed hva SMB-sektoren gir tilbakemeldinger på via de gjennomførte undersøkelser og litteraturstudier i dette forprosjektet, hvor blant annet skatteinnretning og støtteordninger pekes på som mangelfullt.

Av ønskelige myndighetstiltak lanserer også veikartet miljøkrav i anbud og anskaffelsesprosesser slik at byggenæringen blir grønnere (BNL, 2016). BNL ønsker å forenkle grønne innkjøp for alle aktører, inklusive byggenæringen selv. Der peker næringen på miljøsertifiseringsløsninger for bygg og anlegg, samt det å utvikle enklere og mer egnet metodeverktøy for livsløpsbetraktninger som flere kan ta i bruk. Digitalisering er et viktig virkemiddel i slike analyser, hvor byggenæringen vil koble miljødata til ulike produkter og tjenester slik at disse kan bli kriterier i anskaffelsesprosesser og senere tilgjengelig i forbindelse med tilsyn, drift og vedlikehold.

Samarbeid med myndigheter, andre organisasjoner, bedrifter, forskningsmiljøer og kunder fremheves som viktig for at en skal kunne lykkes på dette området. Kombinert med dette vil byggenæringen tilrettelegge for arenaer der en kan utøve viktig kunnskaps- og informasjonsdeling, slik at hele bransjen skal kunne delta i det grønne skiftet. Disse myndighetstiltakene er i tråd med hva annen litteratur på området fremhever, både når det gjelder digitale livsløpsanalyser (LCA), informasjonsflyt og tilrettelegging for møteplasser (EU-kommisjonen, 2020b, SMEunited, 2020a, og SMEunited, 2020b).

I eiendomssektorens veikart mot 2050 legges det frem anbefalinger til norske eiere og forvaltere av yrkesbygg om hvilke kortsiktige og langsiktige valg de bør ta for at eiendomssektoren skal ta del i et bærekraftig samfunn frem mot 2050 (Grønn Byggallianse og Norsk Eiendom, 2016). Innledningsvis tegnes det et bilde av at det grønne skiftet gir muligheter. I et langsiktig perspektiv tar veikartet opp at miljø- og forretningsstrategi er to sider av samme sak. Eiendomssektoren tror at endringene i regelverk, etterspørsel og markedspriser vil endre seg såpass merkbart at disse to strategiene må være identiske, slik at virksomheten skal overleve.

I likhet med veikartet for byggenæringen nevnes det at sirkulærøkonomi og bedre utnyttelse av materialressurser er blant områdene hvor eiendomssektoren har størst forbedringspotensial. Byggenæringen og eiendomssektoren er de største forbrukerne av materialressurser i Norge, samtidig som disse også skaper mye avfall. Bransjen mener derfor at de største forretningsmulighetene for arkitekter, produsenter og utviklere innen eiendomssektoren finnes her. I tillegg fremheves høyt energibruk i eksisterende bygningsmasse som en utfordring en må ta tak i.

I veikartet poengteres det at reguleringer kan være nødvendig for å få med alle, ettersom enkelte vil vente til de blir tvunget til å endre seg. Det er også et grep som kan overkomme at sirkulære verdikjeder, spesielt ved etablering, kan være dyrere enn fossile verdikjeder som har årtier med effektiviseringstiltak å bygge på. Samtidig mener Grønn Byggallianse og Norsk Eiendom (2016) at reguleringene bør varsles i forkant dersom de skal implementeres, slik at bedriftene får forberedelsestid til å omstille seg. Svarene fra den andre gjennomførte spørreundersøkelse i dette forprosjektet tyder imidlertid på at en stor andel (53 prosent av de som besvarte undersøkelsen) av norske SMB-er kan være usikre på hvorvidt manglende reguleringer fra myndighetene reelt er et hinder for at deres bedrift skal gjennomføre en grønn omstilling.

Grønn Byggallianse og Norsk Eiendom (2016) er også av den oppfatning at myndighetene kan og bør premiere de som går foran. Det medfører ofte ekstra kostnader å ligge i front av utviklingen, og dermed er økonomiske støtteordninger helt nødvendige. Myndighetene kan stimulere ønsket utvikling ved å tilby ulike incentivordninger, eksempelvis raskere byggesaksbehandling, økt utnyttelsesgrad og differensiert eiendomsskatt. Elbilincentivene benyttes som et godt eksempel på hvilken effekt dette har hatt. I våre undersøkelser og intervjuer trekkes elbil-incentiver frem som en støtteordning som bør lanseres, slik at det blir gunstig for flere av de SMB-ene som benytter seg av transportmidler innen sine virksomhetsområder.

For å nå de miljøambisjonene som skisseres i veikartet for eiendomssektoren, pekes det også på at holdningene til avfallsreduksjon og til avfall som ressurs må endres. Dette understøtter enkelte av de elementene som OECD (2015) tar opp, der holdninger og bedriftskultur innad i SMB-ene hindrer flere i å ta del i den grønne omstillingen. Dette gjelder ikke kun innen avfallshåndtering, men også relatert til oppfattelse av SMB-ens miljøpåvirkning, skepsis til markedsmuligheter, samt kortsiktig bedriftsplanlegging.

Til sist må det naturligvis nevnes at flere av de andre veikartene også trekker frem sirkulærøkonomi som nødvendig for grønn omstilling. Av handel argumenteres det for at sirkulærøkonomi ikke bare gir bedre resirkulering og avfallshåndtering, men også fordeler for bedrifter og forbrukere, da det er penger å spare på å bruke færre ressurser, samt bruke flere ressurser på nytt (Virke og LO, 2016). Av prosessindustrien argumenteres det for at sirkulærøkonomi vil øke verdiskaping (Norsk Industri, 2016).

NORSK KLIMA- OG MILJØPOLITIKK

Norges klimamål er forankret gjennom Klimaforliket (Innst. 390 S (2011–2012) til Meld. St. 21 (2011–2012)) og i Stortingsmelding om ny utslippsforpliktelse for 2030 (Innst. 211 S (2014–2015) til Meld. St. 13 (2014–2015)) og Samtykke til ratifikasjonen av Parisavtalen (Innst. 407 S (2015–2016) til Prop. 115 S (2015–2016)), samt Lov om klimamål (*Klimaloven*) som trådte i kraft 1. januar 2018. 8. januar 2021 la regjeringen fram stortingsmeldingen *Klimaplan for 2021-2030*, som foreslår forsterket virkemiddelbruk innen alle sektorer for å nå klimaforpliktelsene.

Klimaloven fastslår at Norge skal være et lavutslippssamfunn i 2050 og at det skal legges til rette for langsiktig omstilling i klimavennlig retning. Målet er at klimagassutslippene skal reduseres i størrelsesorden 80 til 95 prosent fra utslippsnivået i referanseåret 1990. Regjeringen skal legge frem oppdaterte klimamål for Stortinget hvert femte år (fra 2020) og målene skal være vitenskapelig basert og så langt som mulig være tallfestede og mulige å måle.

Meld. St. 41 (2016-2017) *Klimastrategi for 2030 – norsk omstilling i europeisk samarbeid* understreker viktigheten av et grønt, smart og nyskapende næringsliv for at Norge skal bli et lavutslippssamfunn. Norges økonomiske muligheter ligger i å utnytte ny kunnskap og ny teknologi bedre og raskere enn land det er naturlig å sammenligne seg med. Norge har et godt utgangspunkt, blant annet grunnet en høyt utdannet og omstillingsdyktig arbeidsstokk, velfungerende kapitalmarkeder, godt og tillitsfullt trepartssamarbeid, tilgang på ren og rimelig energi (vannkraft) og målrettede reguleringer og virkemidler for å begrense klimagassutslipp. En utfordring er at Norge ikke er like langt fremme som våre naboland når det gjelder innovasjon og at innovasjonsevne, utvikling og bruk av ny kunnskap og nye (teknologiske) løsninger er avgjørende for fortsatt bærekraftig vekst. Strategien er tydelig på at det ikke er én enkelt løsning eller virkemiddel som vil gi et konkurransedyktig lavutslippssamfunn, men heller en «effektiv miks av politikk og virkemidlen» rettet mot både forbrukere og næringsliv. Myndighetene må gi forutsigbare rammebetingelser og være pådrivere i arbeidet, det må være målrettet satsing på klima og miljø i offentlig finansiert forskning, innovasjon og teknologiutvikling, og det må sikres at forbrukere, næringsliv og investorer har nødvendig informasjon til å velge grønne løsninger og produkter.

Granavolden-plattformen fremhever *økt satsing på grønn teknologi og tett dialog med næringslivet for å skape grønne og lønnsomme arbeidsplasser, blant annet basert på grønne veikart og prinsippene for grønn konkurransekraft*. Små og mellomstore bedrifter nevnes som viktige i dette arbeidet. I mai 2020 lanserte Regjeringen en pakke for grønn omstilling hvor det ble bevilget 3,6 milliarder kroner til tiltak som forskning, teknologiutvikling, sirkulærøkonomi og grønn skipsfart, noe som videreføres i budsjettproposisjonen for Klima- og miljødepartementet for 2021.

STRATEGI FOR GRØNN KONKURRANSEKRAFT (2017)

I 2015 utnevnte regjeringen et ekspertutvalg for grønn konkurransekraft bestående av tidligere EU-kommissær for klimaspørsmål Connie Hedegaard og leder av Finans Norge, Idar Kreutzer. Utvalget leverte sine anbefalinger til overordnet strategi høsten 2016. Arbeidet var et viktig grunnlag for regjeringens strategi for grønn konkurransekraft som ble lansert høsten 2017. I det følgende redegjøres det for noen hovedelementer i utvalgets rapport, samt selve strategien, som er spesielt relevant for SMB-ene.

EKSPERTUTVALGETS RAPPORT:

HVORDAN KAN NORGE SKAPE GRØNN KONKURRANSEKRAFT?

Kapitaltilgang og finansieringsbegrensninger

I rapporten fremheves det at grønn omstilling og bærekraftsorienterte aktiviteter krever tilgang til kapital i flere faser, rammebetingelser som legger til rette for innovasjon og et skattesystem som bidrar til næringsutvikling (Hedegaard og Kreutzer, 2016). Denne omstillingen forutsetter finansiering ved hjelp av risikokapital, som omfatter egenkapital man er villig til å investere i virksomheter hvor inntjeningen er usikker. I rapporten poengteres det at tilgangen til norsk privat risikokapital er lav, også sammenlignet med andre land i Norden og Europa.

I tillegg nevnes det at *små og mellomstore kapitalkrevende virksomheter* har en høyere andel av immaterielle verdier fremfor tradisjonelt produksjonsutstyr. Lånefinansiering fra norske banker blir derfor utfordrende, ettersom en ikke kan pantsette disse verdiene. Det øker viktigheten av bedriftenes egenkapital og tilgang på eksternt kapital ved etablering, vekst og omstilling. Regjeringens ekspertutvalg for grønn konkurransekraft anbefaler også at tilgangen på venturekapital i Norge må styrkes. Miljøet for venturekapital betraktes som relativt lite i Norge, der såkalte venturefond investerer i selskap med gode produktideer, teknologiløsninger og stort vekstpotensial før selskapet har begynt å tjene penger og etter hvert opparbeidet seg et overskudd. Tilgang på slik kapital understrekes som viktig for sysselsetting og verdiskaping i næringslivet. Dessuten tyder emisjonsdata på at det mer eller mindre er kun de største selskapene som tiltrekker seg utenlandsk kapital. Tilgang på norsk privat kapital er essensielt i majoriteten av norske bedrifter, og da spesielt i SMB-bedrifter.

Utforming av skattesystem

Ekspertutvalget påpeker videre at innretningen av skattesystemet er viktig for både investorers og entreprenørers investerings- og aktivitetsbeslutninger. Utvalget er av den oppfatning at dagens formuesbeskatning har virkninger som hindrer bedrifter i å ta del i det grønne skiftet. De karakteriserer videre at dagens formuesskattesystem favoriserer investeringer i bolig og næringseiendom fremfor investeringer i verdiskapende arbeidsplasser. I tillegg understrekes det

at systemet er utformet slik at norske eiere påføres formuesskatt, mens utenlandske eiere unnslipper dette. Opsjonsbeskatning og muligheten til medeierskap i bedrifter beskrives også som mangelbar i Norge, og følgelig hemmende for verdiskaping. I forbindelse med arbeidet – og i etterkant av – ekspertutvalget ble det utarbeidet flere bransjevise veikart for grønn omstilling.

BEDRE VEKST, LAVERE UTSLIPP: REGJERINGENS STRATEGI FOR GRØNN KONKURRANSEKRAFT

Et viktig grunnlag for regjeringens strategi finner vi som nevnt i ekspertutvalgets rapport. En vesentlig del av utvalgets arbeid var å gå i dialog med samfunnsaktører over hele Norge og innhente innspill som blant annet kom i form av ulike veikart, som er redegjort nærmere for neste kapittel. I strategien slås det fast at Norge har et godt utgangspunkt for å få til grønn omstilling, blant annet på grunn av en høyt utdannet og omstillingsdyktig arbeidsstokk, velfungerende kapitalmarkeder, godt og tillitsfullt trepartssamarbeid, tilgang på ren og rimelig energi (vannkraft) og målrettede reguleringer og virkemidler for å begrense klimagassutslipp.

En utfordring som løftes frem tidlig er imidlertid at Norge ikke er like langt fremme som våre naboland når det gjelder innovasjon og at innovasjonsevne, utvikling og bruk av ny kunnskap og nye (teknologiske) løsninger er avgjørende for fortsatt bærekraftig vekst. I strategien presenterer regjeringen åtte innsatsområder for å fremme grønn konkurransekraft:

- 1) Marked for grønne løsninger
- 2) Grønne og innovative offentlige anskaffelser
- 3) Forskning, innovasjon og teknologiutvikling
- 4) Infrastruktur for grønne løsninger
- 5) Håndtering av klimarisiko og finansiering
- 6) Sirkulær økonomi
- 7) Økt eksport av grønne løsninger
- 8) Videre dialog og samarbeid med næringslivet

Samtidig er strategien tydelig på at det ikke er én enkelt løsning eller virkemiddel som vil gi et konkurransedyktig lavutslippssamfunn, men heller det som betegnes som en «effektiv miks av politikk og virkemidler» rettet mot både forbrukere og næringsliv. I forlengelsen av dette legges det frem noen viktige prinsipper for å understøtte arbeidet, som blant annet handler om at myndighetene skal gi forutsigbare rammebetingelser og være pådrivere i arbeidet, målrettet satsing på klima og miljø i offentlig finansiert forskning, innovasjon og teknologiutvikling og – ikke minst relevant for SMB-ene – sørge for at forbrukere, næringsliv og investorer har nødvendig informasjon til å velge grønne løsninger og produkter.

NORSKE PARTIERS POLITIKK FOR GRØNN OMSTILLING

De fleste politiske partier i Norge har politikk for grønn omstilling, om enn i noe forskjellig grad. I forbindelse med dette forprosjektet ble det gjort en gjennomgang av ulike partiprogram for å finne politikk for SMB-er og grønn omstilling. Partiene omtaler normalt grønn omstilling for næringslivet generelt, ikke for SMB-er spesifikt. Av den grunn har vi gått gjennom programmene og trukket frem de punktene vi mener er mest relevante. Av plasshensyn er det kun bare noen punkter som er trukket frem i hoveddelen av rapporten. Mer utfyllende stoff er lagt i vedlegg. Tabell 1 oppsummerer.

Tabell 1: Politikk for grønn omstilling. Utvalg av norske partier

Høyre (H)
<ul style="list-style-type: none">▪ Fortsette et forpliktende samarbeid med EU om utslippsreduksjoner, som sikrer norske bedrifter forutsigbarhet og like konkurransevilkår med europeiske bedrifter.▪ Fortsette økningen av CO2-avgiften, men kompensere ved å redusere andre skatter og avgifter.▪ Videreføre og styrke Enova som klimapolitisk virkemiddel.▪ Gjennomføre et pilotprosjekt etter modell fra Danmarks Grønne Investeringsfond. Piloten skal gi ut lån til grønne oppstartsbedrifter fremover.
Arbeiderpartiet (Ap)
<ul style="list-style-type: none">▪ Innføre konkrete mål for utslippskutt for hver enkeltsektor og næring i Norge. Målene skal utvikles i samarbeid med berørte næringer og følge det felles klassifiseringssystemet som nå utvikles i Europa. Det skal etableres et system for jevnlig og forpliktende oppfølging av tiltak og måloppnåelse.▪ Ta større hensyn til fordelingsprofil i utforming av klima- og miljøpolitikken, og utrede hvordan næringer som forurenser mest, og personer som har størst betalingsevne, kan bidra mer enn i dag.
Fremskrittspartiet (Frp)
<ul style="list-style-type: none">▪ Norge må unngå sæmorske, strenge klimagasstiltak som fører til at næringsaktivitet og arbeidsplasser flyttes til andre land for å pynte på det norske klimagassregnskapet. En global klimaavtale må forhindre såkalt karbonlekkasje og ha mekanismer som utjevner konkurranseulempen mellom industri som må svare for klimagasskostnader, og industri i land hvor slike kostnader ikke finnes.
Miljøpartiet De Grønne (MDG)
<ul style="list-style-type: none">▪ Sette ambisiøse klimamål og føre en næringspolitikk som støtter opp om klimamålene, fremmer bruk av ny teknologi og hjelper industrien til omstilling.▪ Gjøre det lettere å starte og drive små foretak, gjennom blant annet lettelse i arbeidsgiveravgiften for små bedrifter og økt bunnfradrag i formueskatten.▪ Vi vil la mennesker utgjøre drivkraften i økonomien. Småbedrifter, entreprenører og private initiativer spiller derfor en sentral rolle i vår næringspolitikk. Vi vil skape et konkurransedyktig og miljøvennlig næringsliv som sikrer varig velferd, også etter oljealderen.
Senterpartiet (Sp)
<ul style="list-style-type: none">▪ Redusere klimautslippene fra næringstransport/tungtransport, blant annet ved å etablere et CO2-fond for næringstransporten.▪ Øke støtten til installasjon av solcelleanlegg som vil bidra til å øke tilfanget av fornybar energi og skape et marked for den industrien i Norge som produserer solcellepaneler.

Kilde: Høyre | Ap | Frp | MDG | Sp

FORSKNING OM GRØNN OMSTILLING I SMB-ER

Selv om en betydelig andel SMB-er sannsynligvis må bli mer bærekraftige, og selv om dette i flere tilfeller kan resultere i forretningsmessige muligheter for disse bedriftene, er det liten tvil om at denne overgangen også hindres av en rekke barrierer. Disse barrierene vil vi se nærmere på her ved å gjennomgå relevant forskning og rapporter, med fokus på europeiske funn.

Barriers to Environmental Innovation in SMEs: Empirical Evidence from French Firms

Denne rapporten undersøker sammenhengen mellom ulike variabler og graden av miljørettet innovasjon (*environmental innovation*, eller *EI*) for franske SMB-er (Pinget mfl., 2014). Det understrekes at det her er snakk om grønn innovasjon, ikke nødvendigvis bærekraftige aktiviteter generelt. Viktige funn:

- En positiv sammenheng mellom miljøregulering og sannsynligheten for at bedriftene utøver EI.
- En sterk sammenheng for bedrifter som er en del av en klynge.
- SMB-er som tilhører næringer som i større grad forurenses, er også mer tilbøyelige til å fokusere på innovasjon med positive miljøeffekter (av naturlige årsaker).
- Bedrifter som har en vekstfokuseret strategi nedprioriterer EI, sannsynligvis på grunn av manglende ressurser til å implementere disse to strategiene samtidig.
- Store SMB-er prioriterer EI i større grad, uansett alder på bedriften.
- Finansielle begrensninger ser ikke ut til å ha noen påvirkning på graden av EI.
- Forskerne finner heller ikke at SMB-er med høy omsetning nødvendigvis investerer i miljøinnovasjon (Pinget mfl., 2014).

Environmental Policy Kit for Greening SMEs in the EU Eastern Partnership Countries

I denne rapporten påpekes det at miljørettet regulering av små og mellomstore bedrifter er utfordrende for myndigheter, ettersom det eksisterer et bredt utvalg av SMB-er med ulike virksomhetsområder (OECD, 2015). Klima- og miljøutfordringene deres blir derfor vanskelig å dekke i et felles rammeverk. Det fremheves at blant barrierene SMB-bedriftene møter er *ressursrelaterte*, basert på *holdninger og bedriftskultur*, samt knyttet til *manglende bevissthet*:

Ressursrelaterte barrierer:

- Mangel på ressurser til å utforske tilgjengelighet av støtte og virkemidler.
- Regler og lovverk oppfattes ofte som for avanserte.
- Betydelig tidspress i små virksomheter. Går utover tiden til å reflektere over strategiske fremtidige beslutninger.
- Mangel på investeringer i kompetanseheving rettet mot grønt skifte og bærekraft. Eierskap og daglig virke går ofte hånd i hånd blant SMB-bedrifter, og personlig preferanser er derfor dominerende når bedriften står overfor investeringsbeslutninger og andre veivalg.

- Ingen utpekt ansatt i bedriften får ansvaret for miljø- og bærekraftrettede spørsmål.

Barrierer basert på holdninger og bedriftskultur:

- Mange tror at deres SMB har liten miljøpåvirkning og ingen utfordringer de behøver å håndtere.
- «Mismatch» mellom oppfatning og tiltak: miljøengasjement er ikke nødvendigvis overførbart til konkrete miljørettede tiltak.
- Oppfatning om at miljø og bærekraft ikke er relevant for virksomheten (miljø og klima blir ikke sett på som et virksomhetsområder).
- Skepsis mot potensielle kostnadsbesparelser og markedsmuligheter ved å delta i den grønne omstillingen.
- For kortsiktig bedriftsplanlegging. Mange SMB-er er av den oppfatningen at kostnadene som påløper ved å delta i det grønne skiftet øker raskt og på kort sikt, mens fordelene en potensielt kan høste tilfaller bedriften på lengre sikt. Mangel på finansering underbygger denne oppfatningen.

Barrierer grunnet lav bevissthet:

- Mangel på bevissthet knyttet til miljørettet lovgivning.
- Ikke klar over at det finnes organisasjoner som tilbyr støtte for å delta i den grønne omstillingen, samt ikke klar over at det eksisterer tilgjengelig og relevant informasjon.

Små og mellomstore bedrifter opplever også mindre grad av ytre press enn større bedrifter. Sammenlignet med større og mer kjente bedrifter og selskap er det vanskeligere for myndigheter, kunder og organisasjoner å kreve at SMB-er deltar i den grønne omstillingen, ettersom det er mer utfordrende å tilskrive negative miljøkonsekvenser til den spesifikke SMB-en.

SMB-er utgjør, som vi har vært inne på tidligere, en betydelig andel av økonomien, både i Norge og globalt. Til tross for at den individuelle bedrifts klimaavtrykk er lavt, er likevel den samlede klimaeffekten fra alle SMB-bedrifter stor. Ifølge Miller (2011), slik det refereres til i rapporten, stod SMB-ene for 60-70 prosent av industrielle utslipp i Europa. Likevel er det slik at majoriteten av disse ikke proaktivt iverksetter tiltak for å redusere sitt klimaavtrykk. Ifølge Caligoreu, mfl. (2010), som det refereres til i rapporten, er det kun 3-4, 7-8 og 6-7 prosent av henholdsvis mikro-, små og mellomstore bedrifter som iverksetter slike tiltak. Dette er riktignok gamle tall, men det demonstrerer uansett at det er rom for forbedring. Det påpekes derfor at en reduksjon av klimaavtrykket fra SMB-ene er en helt avgjørende faktor for å utføre en grønn omstilling av økonomien. I tillegg er de små og mellomstore bedriftene hoveddrivverk bak

entreprenørskap, jobbskaping og innovasjon, og virksomheter som ofte utvikler ny teknologi og oppdager nye kommersielle muligheter. Som viktige tilbydere av varer og tjenester er også det grønne skiftet en viktig økonomisk mulighet for SMB-bedriftene, hvorav tre følgende muligheter trekkes frem:

- Økende priser på varer og viktige råvarer
- Potensielle kostnadsbesparelser og stordriftsfordeler/konkurransfordeler
- Ytre press fra kunderelasjoner

Science for Environment Policy. Eco-innovation in SMEs

«Eco-innovasjon», et begrep benyttet av EU-kommisjonen, omfatter aktiviteter innen en rekke områder, deriblant ressurseffektivitet, grønn omstilling og sirkulærøkonomi (EU-kommisjonen, 2020b). I denne rapporten påpekes det at hovedbarrieren til SMB-bedrifters deltakelse i disse aktivitetene er deres størrelse, og at dette fører til ressursbegrensninger og kompetanse- og ferdighetsmangel. Barrierene er mange av de samme som i OECD (2015), og vil derfor ikke gjengis i detalj. Svar fra en relevant spørreundersøkelse om SMB-bedriftenes fokus på sirkulærøkonomi fremheves imidlertid i rapporten:

- Majoriteten av SMB-bedriftene er ikke klar over tilgjengelige finansieringsordninger rettet mot sirkulærøkonomi.
- Kun en tredjedel vet at minst en alternativ finansieringskilde er tilgjengelig. Disse alternative ordningene omfatter grønne banklån, kapitalmarkedet, crowdfunding, risikokapital / venture capital, business-engler, samt såkalt peer-to-peer lending. Sistnevnte omfatter låneformidling via internett med en nettportal hvor privatpersoner kan investere, uten at en bank står bak.
- Jo større SMB-en er, jo mindre sannsynlighet er det for at den har opplevd vanskeligheter knyttet til finansiering av sirkulærøkonomiske tiltak.
- Få ser sammenhengen mellom kostnadene og fordelene ved å rette fokuset mot sirkulærøkonomi. En tredjedel opplever kostnadene for å tilfredsstille reguleringskrav som høye.
- En tredjedel opplever administrative og lovmessige prosesser rettet mot sirkulærøkonomi som for komplekse eller avanserte.

Funn fra del Rio mfl. (2016), referert i EU-kommisjonen (2020b), trekkes frem for at SMB-bedrifter for fullt skal kunne delta i den grønne omstillingen (eller «eco-innovasjonen», som benyttes i rapporten):

- Regulering er den mest statistisk signifikante driveren bak grønn omstilling, et funn som også fremheves i annen litteratur.

- Innovatører som deltar i det grønne skiftet, responderer i større grad enn andre innovatører på regulering.
- Regulering ga større effekt enn offentlige subsidier.
- Blandede bevis på at press fra kunder gjør at flere deltar i den grønne omstillingen.
- SMB-bedrifter er særs forskjellige i omfang, størrelse og situasjon; og derfor er også driverne for grønn omstilling det samme. Dog finnes det noen fellestrekk som en bør fokusere på for å øke den «grønne aktiviteten»:
 - Tilbudsinsentiver: pris og tilgjengelighet på råvarer, energi og arbeidskraft.
 - Etterspørselsinsentiver: press fra større selskaper i samme verdikjede, eller press fra slutt kunder.
 - Indre motivasjon: bedriftskultur, holdninger blant ansatte og ledere.
- Behov for et teoretisk rammeverk, forskning og utvikling (FoU) som kan implementeres og benyttes inn mot bedriftene som vil ta del i det grønne skiftet.

I tillegg pekes det på følgende løsninger:

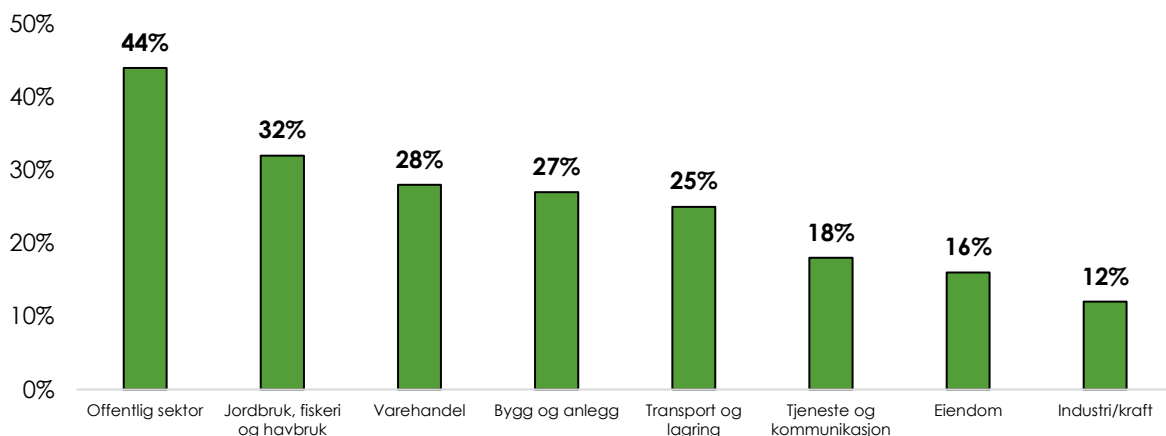
- Datadrevne løsninger:
 - Skybaserte tjenester som lagrer, håndterer og prosesserer data.
 - Livssyklusanalyser (LCA) som kalkulerer ens miljøavtrykk fra start til slutt.
 - Måling av ressurs- og energibruk.
- Samarbeid og kunnskapsdeling:
 - «Åpen innovasjon»: klynge-samarbeid, konferanser, workshops og seminarer.
 - Teknologibruk og teknologiske kunnskapsnettverk.
 - Samarbeid mellom SMB-er og større kunder.
- Myndighetstiltak:
 - Økt finansieringstilgang.
 - FoU-investeringer og investeringer i innovasjon.
 - Øke tilgangen til kompetanse og arbeidskraft.
 - Styrke nettverkstilgang og legge til rette for dialog og utveksling av informasjon.
 - Rammevilkår (for eksempel priskorleksjoner for å inkludere miljøkostnader).

FUNN FRA BÆREKRAFTSBAROMETER

Hvert år presenterer Sparebank 1 SMN sitt *Bærekraftsbarometer*, som måler status og holdninger til bærekraftsmål blant bedrifter i Trøndelag og Møre og Romsdal (Sparebank 1 SMN, 2020). Denne undersøkelsen begrenses til bedrifter med 20 eller færre ansatte, som betyr at funnene er svært relevante for denne rapporten. Her trekkes det frem de mest relevante funnene fra barometeret (som naturligvis må tolkes med den geografiske begrensningen i mente).

Et av funnene er at 7 av 10 bedrifter ikke mener bærekraft utgjør en *finansiell risiko*, et funn som også ble gjort i fjorårets barometer. Figur 2 illustrerer dette nedbrutt på bransje. Offentlig sektor er den næringen som i størst grad mener bærekraft er en finansiell risiko med 44 prosent, etterfulgt av jordbruk, fiskeri og havbruk med 32 prosent. Videre følger varehandel med 28 prosent, og bygg og anlegg med 27 prosent. Sist kommer industri/kraft på 12 prosent.

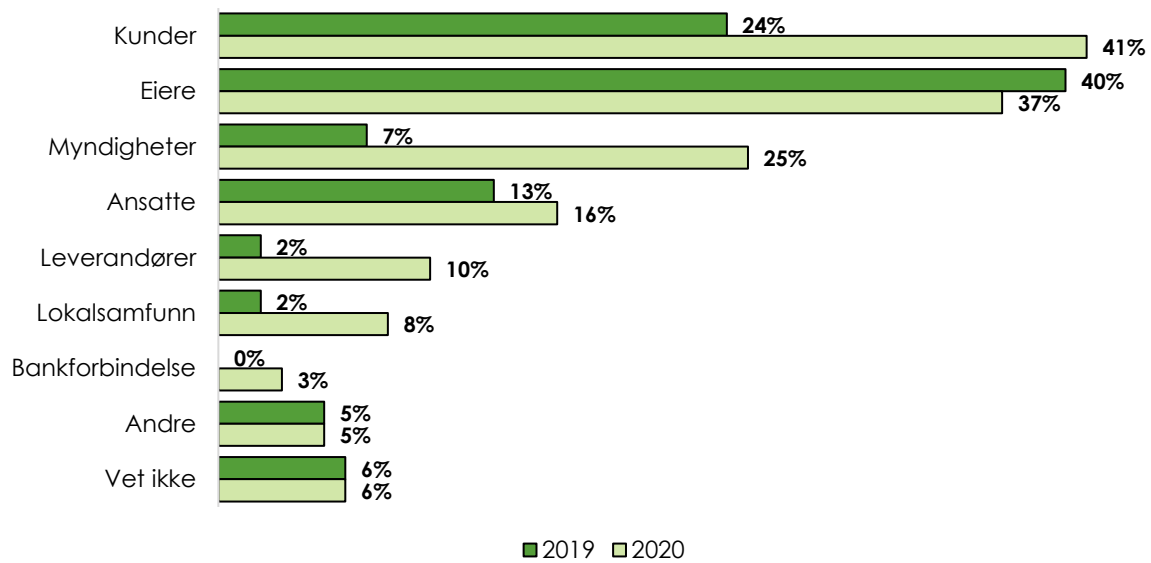
Figur 2: Andel bedrifter som mener bærekraft utgjør en finansiell risiko



Kilde: Sparebank 1 SMN | Sentio

Videre er det spurt om hvilke grupper som har mest innflytelse på om bedriftene vurderer miljø- og klimaarbeid som viktig. Dette er illustrert i Figur 3, hvor det også er gjort en sammenligning mellom 2019 og 2020. Vi ser at kundene er de som har klart størst innflytelse i 2020 med 41 prosent, opp fra 24 prosent i 2019. Eiere ligger på 37 prosent, ned fra 40 prosent i fjor. Myndighetene har hatt en kraftig økning, da de ligger på 25 prosent i 2020, opp fra bare 7 prosent i 2019. Ansatte har økt til 16, opp fra 13 prosent, mens både leverandører og lokalsamfunn har økt til 10 prosent, opp fra 2 prosent.

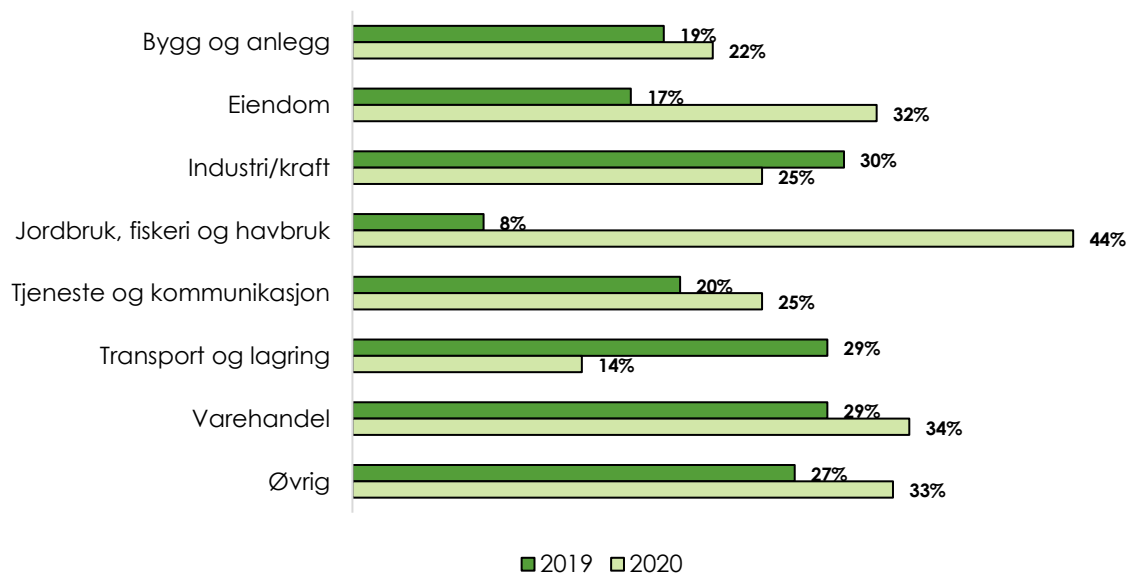
Figur 3: Hvem har mest innflytelse på om bedriftene vurderer miljø- og klimaarbeid som viktig?



Kilde: Sparebank 1 SMN | Sentio

Figur 4 viser hvilke bransjer som vektlegger bærekraft når de skal velge forretningspartner. I økende grad er det tilfellet for flere bransjer. For eksempel er andelen som vektlegger bærekraft 22 prosent i bygg og anlegg i 2020, opp fra 19 prosent. Eiendom har økt til 32 prosent, opp fra 17 prosent. Den største økningen er det derimot jordbruk, fiskeri og havbruk som står for, da de ligger på 44 prosent i 2020, opp fra 8 prosent.

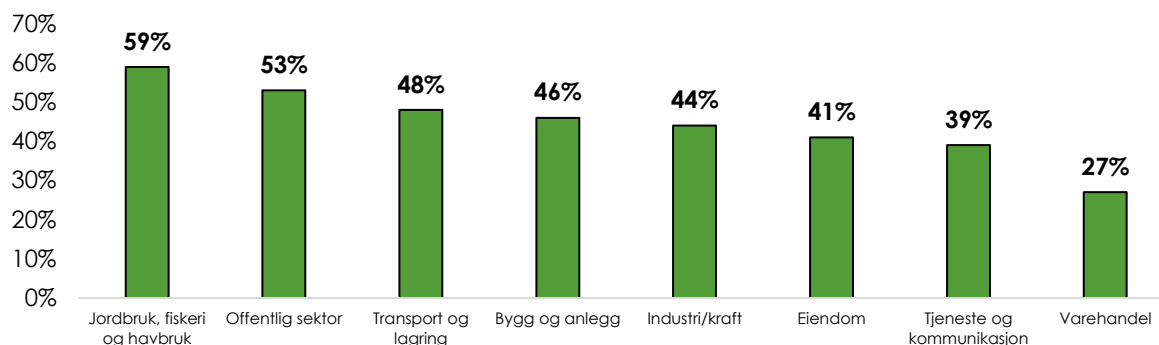
Figur 4: Hvilke bransjer vektlegger bærekraft i valg av forretningspartner?



Kilde: Sparebank 1 SMN | Sentio

Et annet funn fra barometeret er at tre av fem bedrifter innen primærnæringene mener det grønne skiftet vil påvirke muligheter for lønnsom vekst de neste tre årene. Figur 5 viser dette nedbrutt på bransje. Jordbruk, fiskeri og havbruk ligger på topp med 59 prosent, fulgt av offentlig sektor med 53 prosent og transport og lagring med 48 prosent. Varehandel ligger lavest, med 27 prosent.

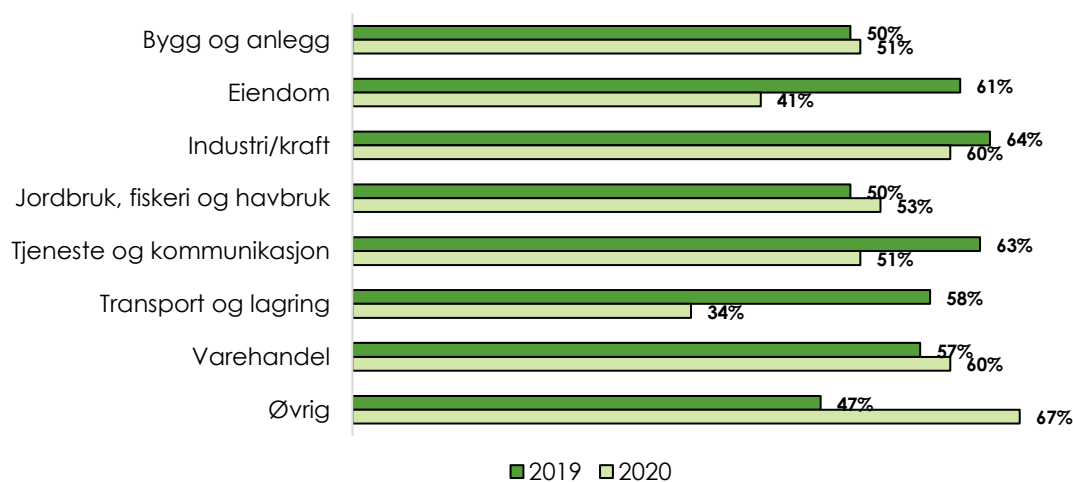
Figur 5: Hvor mange mener det grønne skiftet vil påvirke muligheter for lønnsom vekst de neste tre årene?



Kilde: Sparebank 1 SMN | Sentio

Til slutt er det blitt målt hvor mange av bedriftene som er villige til å betale mer for produkter og tjenester om det kan bidra til å styrke deres grønne profil. Barometeret viser at dette gjelder for halvparten av bedriften. Figur 6 viser dette nedbrutt på bransje. Noen av bransjene har sett en økning mellom 2019 og 2020, mens andre har sett en nedgang. Variasjonen mellom bransjene er også tydelig i flere tilfeller. Eksempelvis ser vi at mens industri og transport lå på henholdsvis 64 og 58 prosent i 2019, er industri bare falt til 60 prosent, mens transport har falt til 34 prosent.

Figur 6: Bedrifter som er villige til å betale mer for produkter/tjenester om det bidrar til å styrke deres grønne profil



Kilde: Sparebank 1 SMN | Sentio

DEL 2: STATUS, BARRIERER OG MULIGHETER FOR SMB-ER

Mens første del i rapporten tok for seg eksisterende politikk, virkemidler og forskning for grønn omstilling, er andre del fokusert på direkte involvering av SMB-er i Norge. Gjennom bruk av spørreundersøkelser, intervjuer og workshop, summerer vi her SMB-enes egne meninger om grønn omstilling.

Det er utført to spørreundersøkelser. Den første tar for seg status og holdninger til grønn omstilling hos SMB-er. Den måler også kjennskap til tidligere utarbeidede grønne veikart, samt hva som skiller bedriftene som er engasjert i grønn omstilling fra de som ikke er det. Erfaring og funn fra den første spørreundersøkelsen ble brukt som grunnlag for andre spørreundersøkelse. Sistnevnte går mer i dybden enn den første, med fokus på barrierer, muligheter og tiltak for grønn omstilling. Funn fra forskning og andre veikart ble også brukt som inspirasjon i utforming av spørsmål.

Videre er det utført en rekke intervjuer med daglig ledere hos flere utvalgte SMB-er, med ledere fra et bredt spekter av bransjer. Målsettingen med intervjuene har vært å undersøke status og holdninger til grønn omstilling hos SMB-ene. Funn fra intervjuer er anonymiserte og behandles generelt.

SMB Norges medlemmer er på mange måter representative for et svært heterogent SMB-segment. I denne undersøkelsen er hovedvekten av svarene på bedrifter med under 30 ansatte. Det speiler at over 9 av 10 bedrifter har under 30 ansatte nasjonalt. I den første undersøkelsen, med 700 svar fra bedrifter, er helse og annen behandling overrepresentert, og det skyldes at SMB Norge har flere kollektive avtaler med denne bransjen. Siden mange er enkeltmannsforetak, blir også andelen med 1-5 ansatte noe større enn i næringslivet for øvrig. Helsebedrifter i undersøkelsen svarte at grønn omstilling hadde mindre betydning for dem enn andelen var for andre næringer, og ble utelatt ved dybdeundersøkelsen som fulgte.

Det er også en noe større overvekt av svar fra bedrifter med over ti års drift og medlemsbedrifter i SMB Norge har en større andel på Østlandet enn i økonomien generelt, som reflekteres i svarene som kom inn. Det er færre svar fra reiseliv enn medlemsmassen tilsier, som ifølge SMB Norge skyldes at en stor gruppe kollektive medlemsbedrifter ikke ble tatt med i undersøkelsen. Vi mener likevel at undersøkelsene signaliserer viktige synspunkter om holdninger, status og barrierer på grønn omstilling som i hovedsak er representative for SMB-segmentet. Undersøkelsene fungerer som en termometer for helt vanlige bedrifter i Norge, og gir et godt utgangspunkt for bredere undersøkelser i Veikart-prosessen i 2021. I tillegg til beskrivelsen

av funn i undersøkelsene har man mer data, særlig med bransjeforskjeller, som kan gjøres tilgjengelig for SMB Norge i en senere fase med veikart-prosessen.

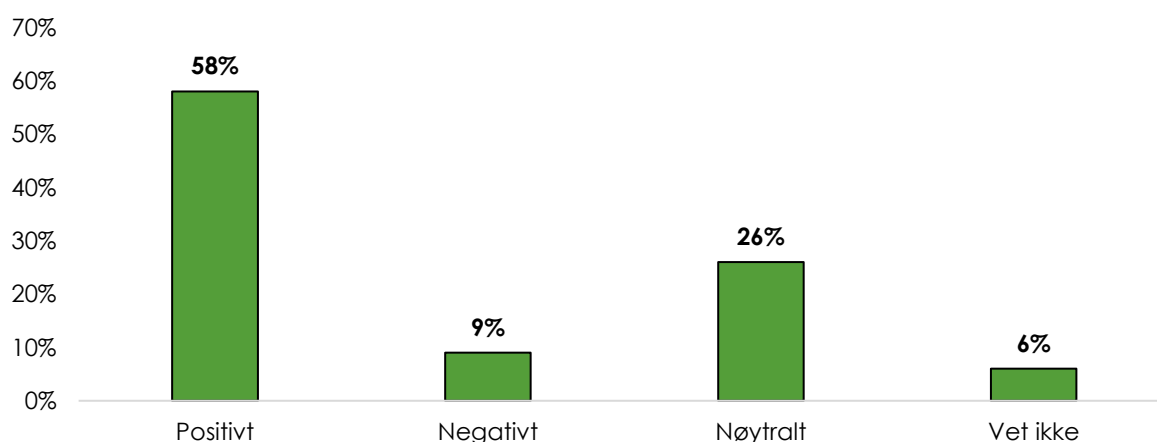
SPØRREUNDERSØKELSE 1: STATUS OG HOLDNINGER

Som innledning til arbeidet med forprosjektet ble det utført en spørreundersøkelse blant medlemmene i SMB Norge, med formål om å kartlegge holdninger og kjennskap til grønne veikart og grønn omstilling hos små og mellomstore bedrifter. Undersøkelsen ga svar hos litt under 700 bedriftsledere. Helse og annen behandling er den bransjen som er høyest representert blant de som besvarte undersøkelsen. Videre følger andre bransjer og bygg og anlegg. Østlandet er den landsdelen med hvor flest besvarte spørreundersøkelsen. 74 prosent av bedriftene er over 10 år gamle, og 70 prosent har 1-5 ansatte. Mer detaljert bakgrunnsinformasjon finnes i vedlegg.

Figur 7 viser holdning til begrepet grønn omstilling blant de som besvarte undersøkelsen. Vi ser at 58 prosent er positive, og at bare 9 prosent er negative. 26 prosent sier de er nøytrale, mens 6 prosent sier de ikke vet. Nedbrutt på bransje finner vi følgende:

- Mest positive: Forretningsmessige tjenester (74 prosent positive), helse og annen behandling (61 prosent), annen bransje (60 prosent)
- Minst positive: Reiseliv, overnatting og servering (41 prosent positive), håndverkere (45 prosent)
- Mest negative: Håndverkere (16 prosent negative), varehandel eller faghandel (16 prosent)
- Minst negative: Helse og annen behandling (5 prosent), forretningsmessige tjenester (6 prosent)

Figur 7: Hvordan opplever du begrepet grønn omstilling?

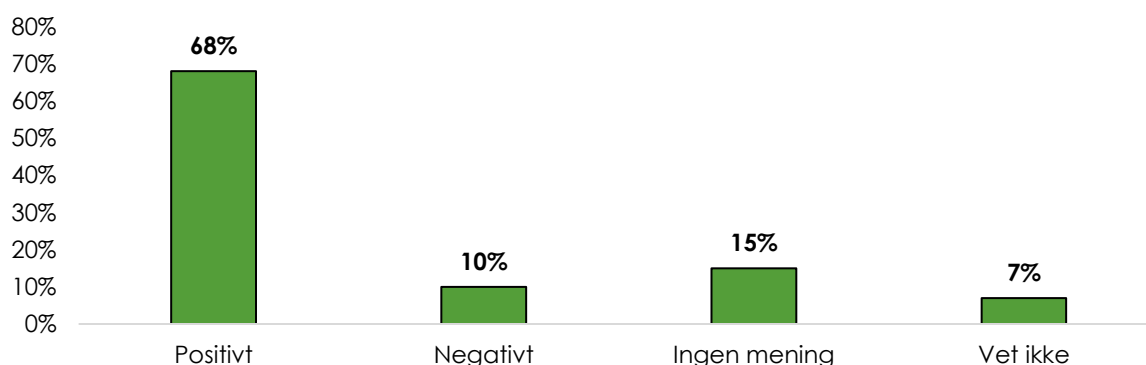


Kilde: NyAnalyse | Footstep | SMB Norge

Det ble også spurt om hvordan bedriftene forholder seg til at Stortinget mener den norske økonomien må bli grønnere og mer miljøvennlig. Det bemerkes at dette er et politisk spørsmål, og det politiske ståstedet til de som besvare undersøkelsen kan ha virket inn. På grunn av dette anbefales det å legge mindre vekt på svarene i dette spørsmålet, eventuelt å ha dette forholdet i mente ved tolkning. Figur 8 viser at 68 prosent er positive, mens 10 prosent er negative. 15 prosent har ingen mening, og 7 prosent vet ikke. Nedbrutt på bransje finner man følgende:

- Mest positive: Forretningsmessige tjenester (76 prosent), helse og annen behandling (70 prosent), annen bransje (70 prosent).
- Minst positive: Reiseliv, overnatting og servering (36 prosent). Ingen andre bransjer er under 60 prosent.
- Mest negative: Industri (20 prosent), og reiseliv, overnatting og servering (18 prosent).

Figur 8: Et bredt Stortingsflertall mener at norsk økonomi må omstilles til å bli grønnere og mer miljøvennlig. Hvordan stiller du deg til dette?



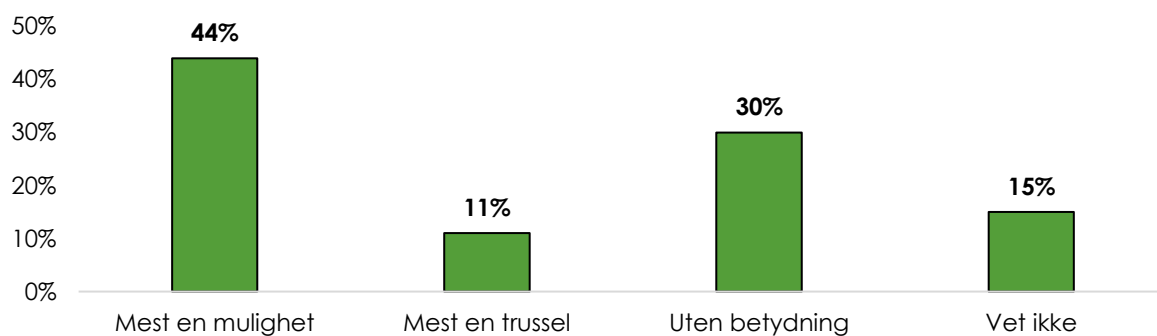
Kilde: NyAnalyse | Footstep | SMB Norge

Videre ble det spurt om hvorvidt grønn omstilling er en mulighet, trussel eller uten betydning for respondentenes bedrifter. Dette er vist i

Figur 9. Her ser man at 44 prosentene av bedriftene mener grønn omstilling mest er en mulighet, mens bare 11 prosent mener det er mest en trussel. 30 prosent mener det er uten betydning, og 15 prosent vet ikke. Nedbrutt på bransje finner man at følgende ligger høyest på hver kategori:

- Mulighet: Forretningsmessige tjenester (79 prosent), industri (51 prosent).
- Trussel: Reiseliv, overnatting og servering (32 prosent), industri (24 prosent), varehandel eller faghandel (24 prosent). Det er interessant å bemerke at industri dukker opp både på mulighets- og trusselsiden, som taler for stor variasjon innad i bransjen.
- Uten betydning: Håndverkere (39 prosent), helse og annen behandling (39 prosent).

Figur 9: Tror du grønn omstilling er en mulighet, trussel eller uten betydning for SMB-bedrifter i din bransje?

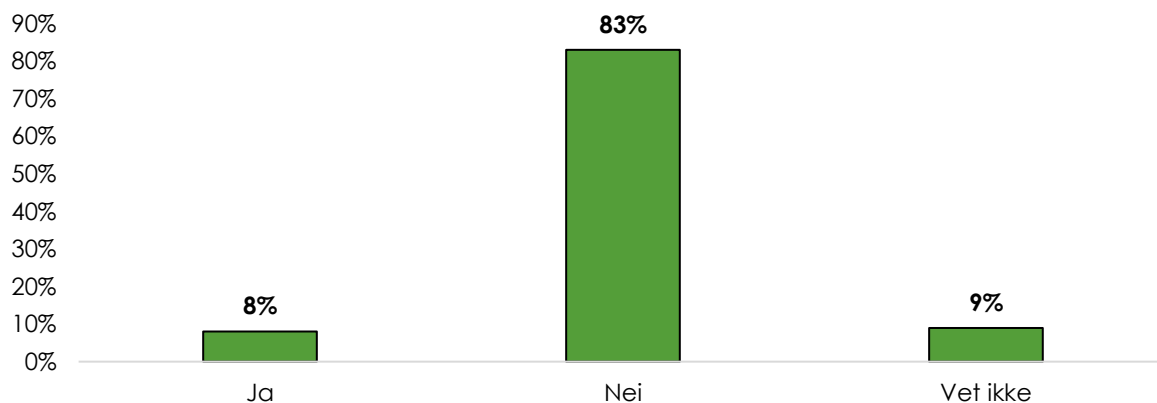


Kilde: NyAnalyse | Footstep | SMB Norge

Neste spørsmål handler om hvor mange som har hørt om grønne veikart for sin bransje. Her er det kun 8 prosent som svarer ja, mens hele 83 prosent svarer nei. 9 prosent vet ikke. Nedbrutt på bransje finner man at følgende bransjer ligger høyest på hver kategori:

- Ja: Forretningsmessige tjenester (21 prosent), bygg og anlegg (10 prosent).
- Nei: Industri (90 prosent), håndverkere (90 prosent).

Figur 10: Kjenner du til et såkalt «veikart for grønn omstilling» i din bransje?



Kilde: NyAnalyse | Footstep | SMB Norge

Videre ble det spurt om hvor mange av bedriftene som er opptatt av grønn omstilling. Resultatene er vist i Figur 11. Her ser vi at 63 prosent svarer ja, mot 37 prosent nei. Nedbrutt på bransje finner vi at følgende ligger høyest på hver kategori:

- Ja: Forretningsmessig tjenester (76 prosent), varehandel eller faghandel (69 prosent), annen bransje (66 prosent).
- Nei: Reiseliv, overnatting og servering (55 prosent), håndverkere (52 prosent). Ingen andre bransjer er over 40 prosent.

Figur 11: Er bedriften opptatt av grønn omstilling?

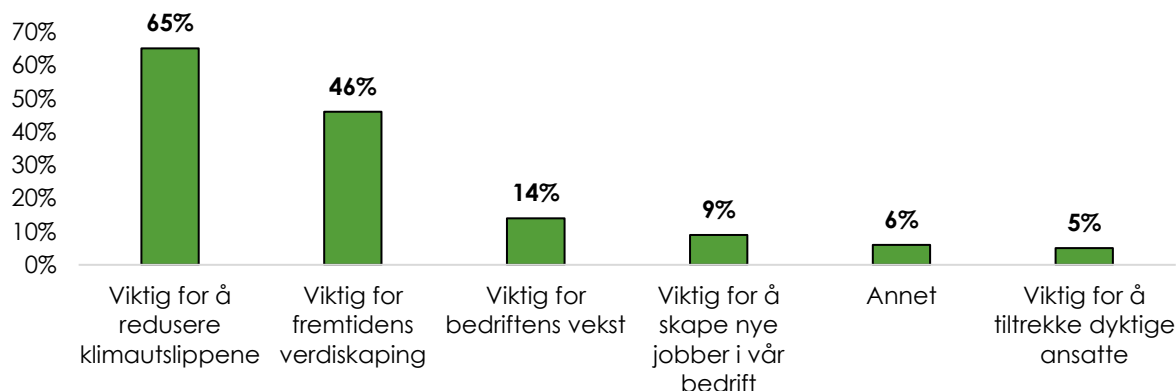


Kilde: NyAnalyse | Footstep | SMB Norge

Videre spørres det om *hvorfor* bedriftene er opptatt av grønn omstilling (blant de som svarte ja på forrige spørsmål). Figur 12 viser dette. Reduksjon av klimautslipp ligger høyest med 65 prosent, etterfulgt av at det er viktig for fremtidens verdiskaping med 46 prosent. Lavest har vi at grønn omstilling er viktig for å tiltrekke dyktige ansatte. Vi finner at bransjene har følgende prioriteringer:

- Bygg og anlegg: Redusere klimautslipp (63 prosent), fremtidens verdiskaping (39 prosent).
- Industri: Redusere klimautslipp (52 prosent), fremtidens verdiskaping (45 prosent).
- Håndverkere: Redusere klimautslipp (73 prosent), fremtidens verdiskaping (27 prosent).
- Varehandel eller faghandel: Redusere klimautslipp (70 prosent), fremtidens verdiskaping (40 prosent).
- Reiseliv, overnatting og servering: Redusere klimautslipp (60 prosent), fremtidens verdiskaping (50 prosent).
- Forretningsmessig tjenester: Fremtidens verdiskaping (65 prosent), redusere klimautslipp (50 prosent).
- Helse og annen behandling: Redusere klimautslipp (67 prosent), fremtidens verdiskaping (46 prosent).
- Andre bransjer: Redusere klimautslipp (70 prosent), fremtidens verdiskaping (49 prosent).

Figur 12: Hvis ja: Hvorfor er din bedrift opptatt av grønn omstilling? Maks to kategorier

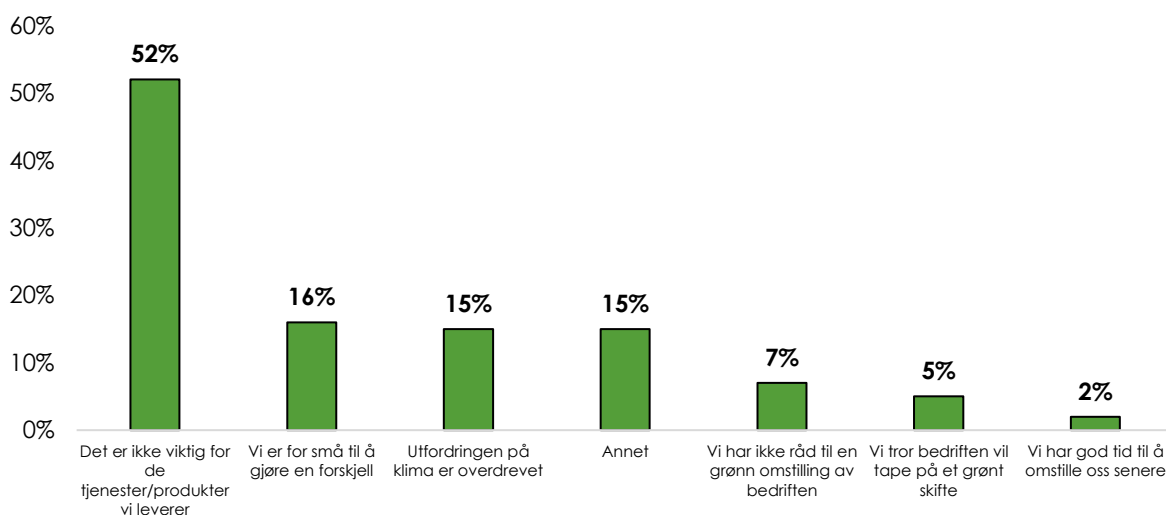


Kilde: NyAnalyse | Footstep | SMB Norge

Neste spørsmål spør de som svarte nei hvorfor de ikke er opptatt av grønn omstilling. Figur 13 viser svarene. Helt klart på topp finner man «Det er ikke viktig for de tjenester/produkter vi leverer», som ligger på 52 prosent. Videre følger «Vi er for små til å gjøre en forskjell» med 16 prosent og «Utfordringen på klima er overdrevet» på 15 prosent. Vi finner at hver bransje rangerer følgende høyest:

- Bygg og anlegg: Ikke viktig for tjenester/produkter (35 prosent), ikke råd til grønn omstilling (22 prosent).
- Industri: Ikke viktig for tjenester/produkter (33 prosent), for små til å gjøre forskjell (28 prosent).
- Håndverkere: Ikke viktig for tjenester/produkter (35 prosent), utfordringen på klima er overdrevet (24 prosent).
- Varehandel eller faghandel: For små til å gjøre en forskjell (25 prosent), utfordringen på klima er overdrevet (25 prosent), ikke råd til grønn omstilling (25 prosent).
- Reiseliv, overnatting og servering: Ikke viktig for tjenester/produkter (75 prosent), for små til å gjøre forskjell (25 prosent).
- Helse og annen behandling: Ikke viktig for tjenester/produkter (64 prosent), for små til å gjøre forskjell (17 prosent).
- Annen bransje: Ikke viktig for tjenester/produkter (60 prosent), utfordringen på klima er overdrevet (23 prosent).

Figur 13: Hvis nei: Hvorfor er ikke din bedrift opptatt av grønn omstilling? Maks to kryss

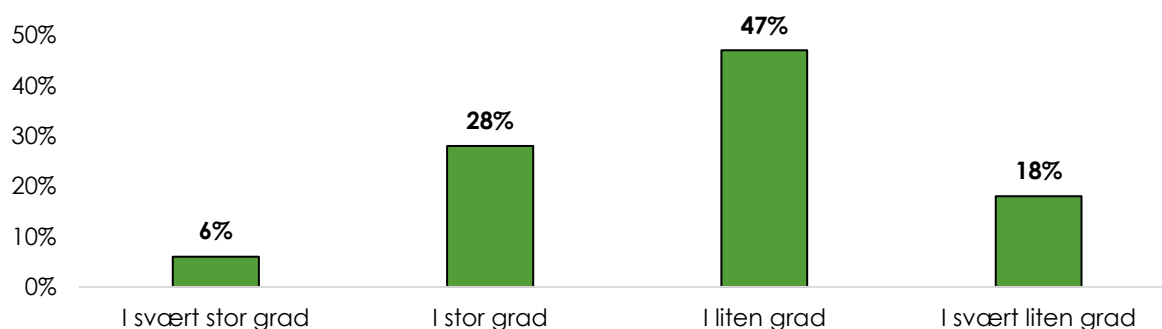


Kilde: NyAnalyse | Footstep | SMB Norge

I neste spørsmål svarer bedriftene på hvordan de vurderer sin egen deltagelse i grønn omstilling. Figur 14 viser funnene. Kun 6 prosent gjør dette i svært stor grad, mens 28 prosent mener de gjør det i stor grad. Hele 47 prosent mener de gjør det i liten grad, og 18 prosent sier de gjør det i svært liten grad. Nedbrutt på bransje finner vi at følgende ligger høyest:

- I svært stor grad: Helse og annen behandling (9 prosent), bygg og anlegg (7 prosent), varehandel eller faghandel (7 prosent).
- I stor grad: Forretningsmessige tjenester (47 prosent), annen bransje (32 prosent), varehandel eller faghandel (30 prosent).
- I liten grad: Industri (62 prosent), bygg og anlegg (56 prosent), varehandel eller faghandel (56 prosent).
- I svært liten grad: Reiseliv, overnatting og servering (33 prosent), helse og annen behandling (26 prosent), bygg og anlegg (14 prosent).

Figur 14: I hvilken grad vurderer du at din bedrift i dag tar del i en grønn omstilling?

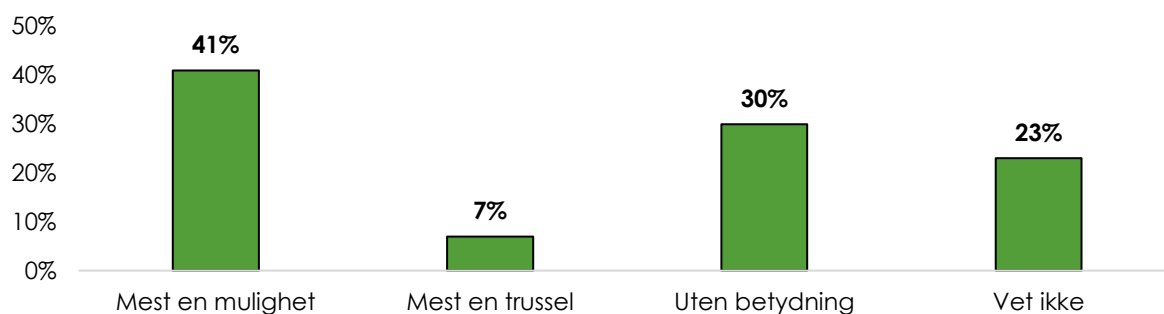


Kilde: NyAnalyse | Footstep | SMB Norge

Videre spørres det om hvilken betydning grønn omstilling vil ha for bedrifter til de spurte de neste 10 årene. Resultatene er vist i Figur 15. 41 prosent sier det vil være mest en mulighet, mens bare 7 prosent sier det er mest en trussel. 30 prosent sier det ikke vil ha betydning, og 23 prosent sier de ikke vet. Den høye positive svarandelen relativt til den negative andelen kan tolkes som at muligheten for fremtidig omstilling er til stede. Nedbrutt på bransje finner man at følgende næringer ligger høyest:

- Mest en mulighet: Forretningsmessige tjenester (74 prosent), varehandel eller faghandel (48 prosent), annen bransje (47 prosent), industri (44 prosent).
- Mest en trussel: Håndverkere (17 prosent), varehandel eller faghandel (17 prosent), reiseliv, overnatting og servering (15 prosent).
- Uten betydning: Helse og annen behandling (36 prosent), bygg og anlegg (31 prosent)
- Vet ikke: Helse og annen behandling (32 prosent), industri (26 prosent).

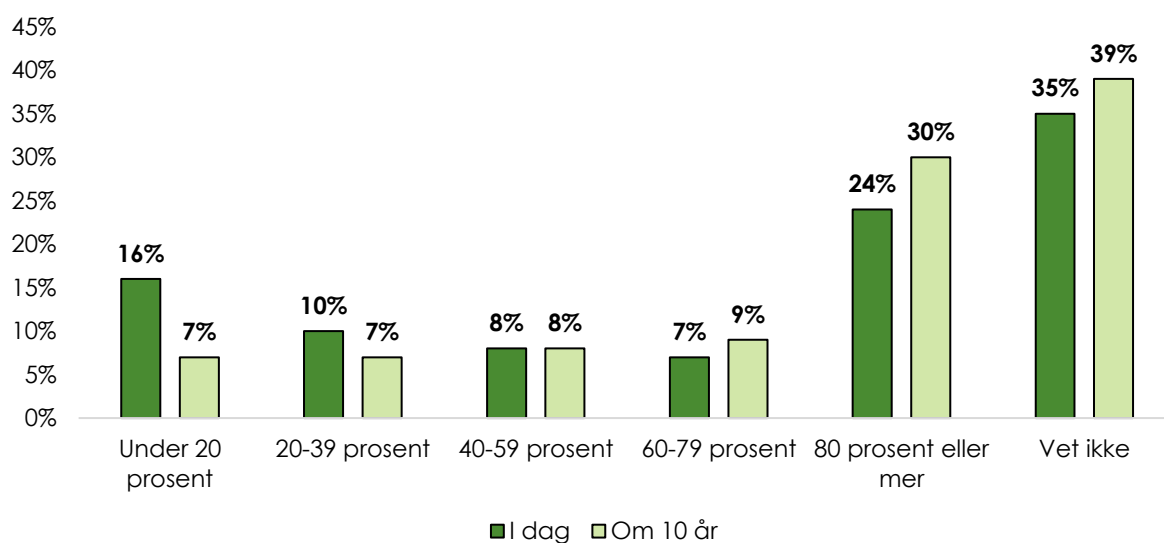
Figur 15: Hvilken betydning tror du grønn omstilling vil ha for din bedrift de neste 10 årene?



Kilde: NyAnalyse | Footstep | SMB Norge

Til slutt svarer bedriftene på om hvor stor andel av deres omsetning som er bærekraftig og grønn i dag, samt hvor de tror andelen vil ligge om 10 år. Resultatene er vist i Figur 16. Sett under ett vurderer bedriftene klart en mer grønn profil av omsetning i løpet av perioden. Samtidig er det verdt å bemerke at andelen «Vet ikke» er høyere for fremtiden, av naturlige årsaker. Det understrekes at disse svarene er estimater, da den faktiske andelen er vanskelig å kalkulere sikkert.

Figur 16: Omtrent hvor stor andel av din bedrifts omsetning vurderer du til å være bærekraftig og grønn?



Kilde: NyAnalyse | Footstep | SMB Norge

SPØRREUNDERSØKELSE 2: BARRIERER, MULIGHETER OG TILTAK

Mens første spørreundersøkelse hadde en mer innledende funksjon, med fokus på status og holdninger til grønn omstilling og grønne veikart, er formålet til andre spørreundersøkelse å gå i dybden på temaet. Ved bruk av funn fra den første spørreundersøkelsen, dybdeintervjuer med SMB-ledere, samt forskning, måles holdninger til ulike barrierer, muligheter og tiltak til grønn omstilling. Det bemerkes at det er brukt en fempunktsskala som går fra «veldig enig» til «veldig uenig» i selve undersøkelsen, men at vi har slått sammen «veldig enig» og «enig», samt «helt uenig» og «uenig», i selve rapporten. Dette er gjort for å forenkle visualiseringen og fremstillingen.

Antall som besvarte den andre spørreundersøkelse er rundt 400. Dette er noe mindre enn i første spørreundersøkelse, som primært kan forklares med at helsebransjen ble utelatt denne gangen, da bedriftene i denne bransjen i stor grad svarte at grønn omstilling var uten betydning for produktene og tjeneste de leverte. For alle spørsmål er svarene brutt ned på bransjenivå, hvor det oppstår noen forskjeller. Samtidig må det påpekes at feilmarginen er større på bransjenivå, som betyr at forskjeller ikke nødvendigvis trenger å være signifikante for bransjen som helhet.

Et gjennomgående funn for den andre spørreundersøkelsen er at «hverken enig eller uenig» utmerker seg som det mest typiske svaret på flere spørsmål. Siden spørreundersøkelsen har foregått parallelt med dybdeintervjuene, har det ikke vært anledning til å bruke intervjuene til å undersøke dette fenomenet nærmere. Dette nødvendiggjør drøfting av temaet. En mulig forklaring kan være valg av svaralternativer. På spørsmålet om hva som hindrer bedriftene fra å utføre grønn omstilling, ser vi at opp til 35-46 prosent svarer «Hverken enig eller uenig» på spørsmålene. Dette kan være et tegn på at få eller ingen av alternativene oppfattes som relevante for de som deltok i spørreundersøkelsen. Siden svaralternativene velges ut på forhånd, er dette noe som kan forekomme i spørreundersøkelser. Andre svaralternativ kunne ha gitt andre svarprosent.

En annen forklaring kan være bransjesammensetning. Som kjent fordeles SMB-er på flere bransjer, og variasjon på tvers av bransjenivå kan gi mindre utfyllende svar på aggregert nivå. Eksempelvis kan dette forekomme om bedrifter i én bransje svarer «Enig» på en påstand, mens andre svarer «Hverken enig eller uenig» eller «Uenig». I et slikt tilfelle ville bedriftene som er enige «forsvinne» i mengden, hvis hoveddelen svarer noe annet. Og når vi bryter ned på bransjenivå i spørreundersøkelsen, ser vi noe variasjon på tvers av bransjene. Samtidig er ikke denne variasjon så stor at den alene kan forklare den høye svarprosenten på «Hverken enig eller uenig».

En tredje forklaring kan være at bedriftene oppfatter myndighetene eller kunder som en større barriere ene karakteristikker ved bedriftene selv. Som vi vil vise senere, støttes denne tesen til en viss grad av svarene i undersøkelsen. Når vi spør om hvilke *bedriftsrelaterte* barrierer som hindrer grønn omstilling, får ingen av alternativene høyere enighet enn 39 prosent. Når vi derimot spør om *myndighetsrelaterte* barrierer, ser vi at andel enige går opp til 62 prosent. Og når vi spør om *kunderelaterte* barrierer, går andel enige opp til 61 prosent.

Basert på dette kan vi argumentere for at barrierer til grønn omstilling for SMB-er er mer relaterte til myndigheter og kunder enn til bedriftene selv. Det bemerkes at dette er ifølge bedriftene selv, og svarene må tolkes med det i mente. I praksis kan det forekomme at de som besvarer undersøkelsen nøler med å identifisere barrierer relatert til deres egne bedrifter, spesielt når man kan tillegge myndigheter og kunder større betydning. Samtidig kan det være tilfelle at forhold ved myndigheter og kunder faktisk representerer større barrierer enn ved bedriftene selv. Hvis det er tilfelle, er det en problemstilling som vi anbefaler å undersøke nærmere ved en senere anledning.

Videre finner man at det er en høy andel som svarer «Hverken enig eller uenig» på påstander om *muligheter* til grønn omstilling. Faktisk er ikke andelen enige høyere enn 35 prosent på noen av påstandene. En mulig forklaring på dette kan være at det ikke finnes mange forretningsmessige muligheter ved grønn omstilling for SMB-er, spesielt ikke på kort sikt. En annen forklaring er at bedriftene ikke klarer å *identifisere* mulighetene, som kanskje er mer sannsynlig. I praksis kan det være elementer av begge forklaringer, spesielt om mulighetene ved grønn omstilling avhenger av faktorer som enda ikke er allment tilgjengelige, eventuelt betinget av at barrierer brytes ned. Et kjennetegn ved grønn omstilling er at mange faktorer endres raskere enn næringslivet ofte klarer å predikere, som kan bety at muligheter også blir vanskelige å identifisere.

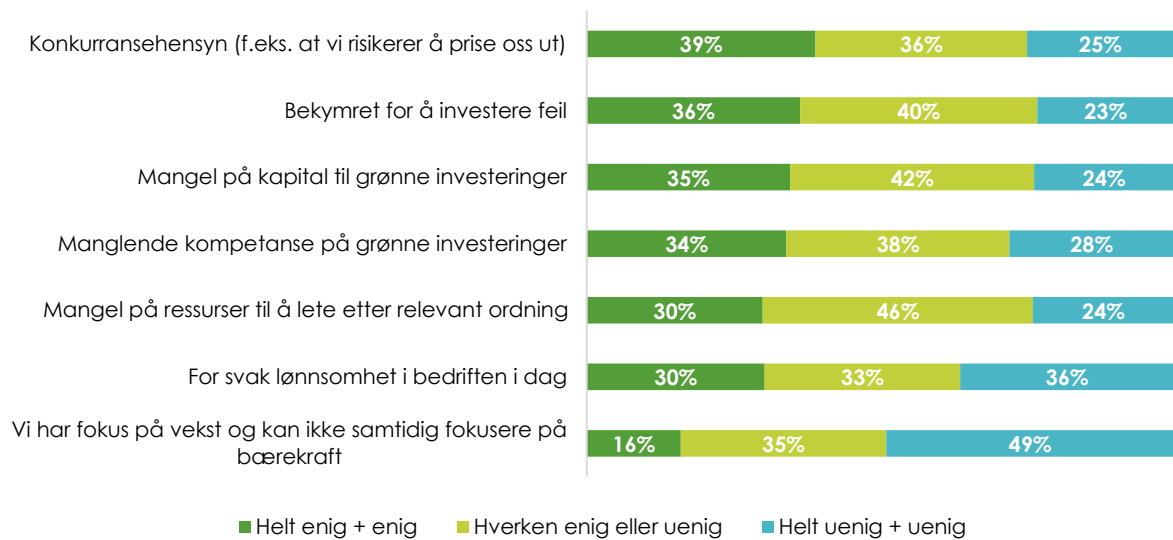
Figur 17 viser første spørsmål, hvor det spørres om hvilke faktorer som hindrer bedriftene i å utføre grønn omstilling, med fokus på bedriftsbarrierer. Faktorene er rangert fra mest til minst enig. «Konkurranseshensyn» ligger på topp, med 39 prosent enige, etterfulgt av «bekymret for å investere feil» med 36 prosent. Siste alternativ («vi har fokus på vekst») er det bare 16 prosent som er enige i. Hva dette kan skyldes, drøftes i del 3.

Nedbrutt på bransje finner man følgende:

- Reiseliv, overnatting og servering: Bransjen som i størst grad svarer «enig» på alle barrierer. Strekker seg fra 47 prosent enig til hele 74 prosent.
- Følgende bransjer har konkurranseshensyn som største bedriftsbarriere: Varehandel eller faghandel (41 prosent), bygg og anlegg (45 prosent), og håndverker (58 prosent).

- Industri: Har «bekymret for å investere feil» som største bedriftsbarriere, med 59 prosent enighet.
- Forretningsmessige tjenester: Har «manglende kompetanse på grønne investeringer som største bedriftsbarriere», med 44 prosent enighet.

Figur 17: Følgende hindrer min bedrift fra å utføre omstilling. Påstander om bedriften

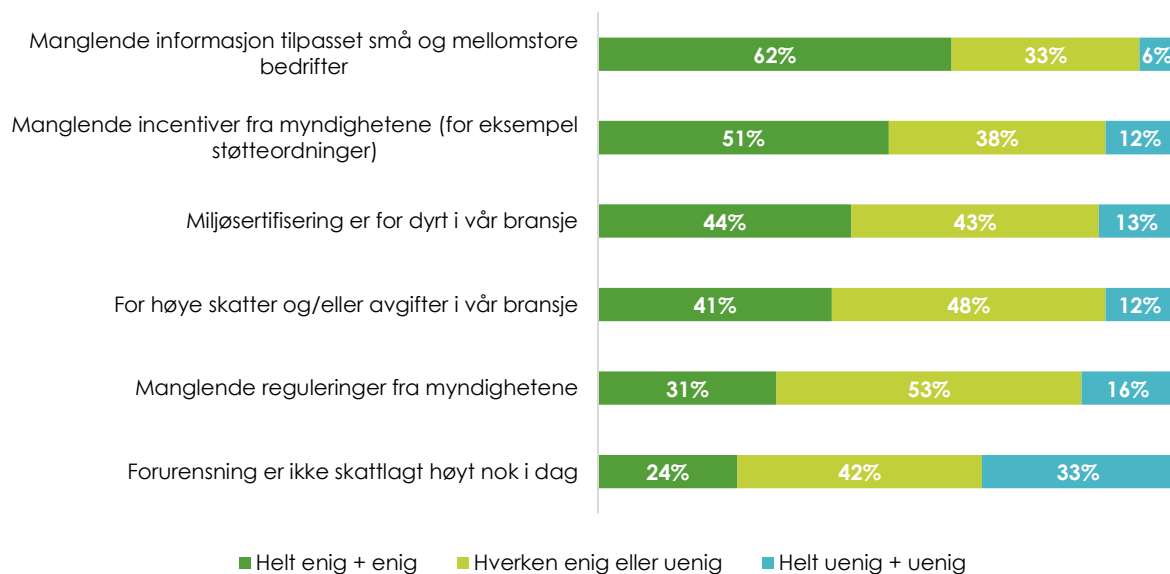


Kilde: NyAnalyse | Footstep | SMB Norge

Neste spørsmål ser på barrierer knyttet til myndighetene. Figur 18 viser resultatene. Her ser man at «manglende informasjon tilpasset små og mellomstore bedriften» er den myndighetsbarrieren som rangeres høyest, med 62 prosent enige. På motsatt ende har man «forurensning er ikke skattlagt høyt nok i dag», som ligger på 24 prosent. Alle bransjer har «manglende incentiver fra myndighetene» som høyeste rangerte barrierer, med følgende prosenter:

- Reiseliv, overnatting og servering: 80 prosent enighet. Har samme prosent på «manglende incentiver».
- Industri: 65 prosent enighet.
- Varehandel eller faghandel: 59 prosent enighet.
- Bygg og anlegg: 66 prosent enighet.
- Forretningsmessige tjenester: 55 prosent enighet.
- Håndverker: 67 prosent enighet.

Figur 18: Følgende hindrer min bedrift fra å utføre omstilling. Påstander om myndighetene



Kilde: NyAnalyse | Footstep | SMB Norge

De siste barrierene tar for seg de som er relatert til kunder, som i dette tilfelle både refererer til forbrukere og underleverandører (alt etter hva som er mest relevant for de som besvarer undersøkelsen). Dette er vist i Figur 19. 61 prosent sier seg enige i at «Mange kunder ønsker grønne produkter/tjenester, men vi opplever ikke dette i faktisk etterspørsel». Videre følger «De fleste kunder er ikke villig til å betale ekstra for grønne produkter/tjenester» med 59 prosent enighet, og til slutt «Mange kunder ønsker seg miljøvennlige produkter, men forvirres av regelverk og produktinformasjon» med 42 prosent enighet. Bransjene har rangert følgende kategorier høyest:

- «Manglende kunder sier de ønsker grønne produkter/tjenester, men vi opplever ikke dette i faktisk etterspørsel»: Bygg og anlegg (67 prosent), håndverker (74 prosent), varehandel eller faghandel (62 prosent), reiseliv, overnatting eller servering (80 prosent), forretningsmessige tjenester (59 prosent).
- «De fleste kunder er ikke villig til å betale ekstra»: Industri (72 prosent), reiseliv, overnatting og servering (80 prosent).
- «Mange kunder ønsker seg miljøvennlige produkter, men forvirres av regelverk og produktinformasjon»: Ingen bransjer har rangert dette alternativet høyest.

Figur 19: Følgende hindrer min bedrift fra å utføre omstilling. Påstander om kunder



Kilde: NyAnalyse | Footstep | SMB Norge

Neste spørsmål tar for seg hvilke muligheter grønn omstilling kan gi bedriftene. Dette er vist i Figur 20. Variasjonen mellom alternativene er ikke betydelig, men å tiltrekke seg nye kundegrupper er rangert høyest med 35 prosent enighet, etterfulgt av ny produktutvikling med 32 prosent. Bransjene rangerer følgende kategorier høyest:

- «Bedriften vil tiltrekke seg nye kundegrupper på sikt hvis vi lykkes med grønn omstilling»: Håndverker (35 prosent), varehandel eller faghandel (36 prosent), forretningsmessig tjenester (45 prosent).
- «Bedriften vil utvikle nye produkter på sikt hvis vi lykkes med grønn omstilling»: Bygg og anlegg (39 prosent), industri (48 prosent), reiseliv, overnatting og servering (34 prosent).
- Ingen bransjer rangerer de andre to kategoriene høyest.

Figur 20: Påstander om muligheter ved grønn omstilling

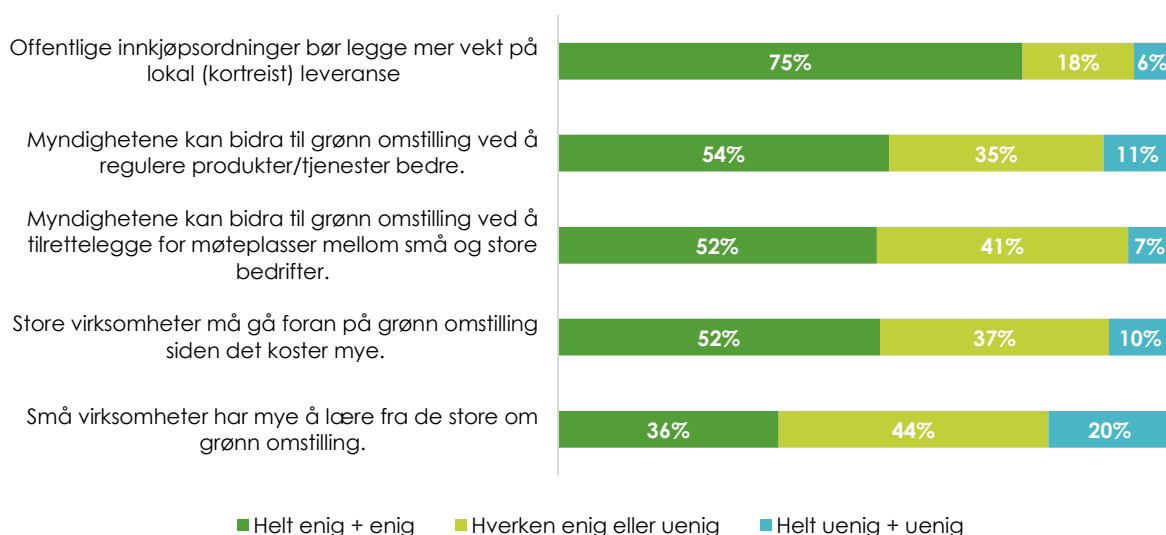


Kilde: NyAnalyse | Footstep | SMB Norge

Siste spørsmål tar for seg tiltak for å oppnå grønn omstilling. Funnene er vist i Figur 21. Blant tiltakene det er blitt spurt om, er «offentlige innkjøpsordninger bør legge mer vekt på lokal (kortreist) leveranse» rangert høyest med 75 prosent enighet. Videre følger «myndighetene kan bidra til grønn omstilling ved å regulere produkter/tjenester bedre» med 54 prosent enighet. Vi finner at bransjene rangerer følgende kategorier høyest:

- «Offentlige innkjøpsordninger bør legge mer vekt på lokal (kortreist) leveranse»: Bygg og anlegg (84 prosent), industri (86 prosent), håndverker (69 prosent), varehandel eller faghandel (71 prosent), forretningsmessig tjenester (69 prosent).
- «Store virksomheter må gå foran på grønn omstilling siden det koster mye»: Reiseliv, overnatting og servering (79 prosent).

Figur 21: Påstander om tiltak for grønn omstilling



Kilde: NyAnalyse | Footstep | SMB Norge

DYBDEINTERVJUER AV SMB-LEDERE – OPPSUMMERT

I forbindelse med forprosjektet er det gjennomført til sammen ni dybdeintervjuer med ledere for SMB-er. De intervjuede representerer et bredt spekter av bransjer, herunder renhold, servering, bygg og anlegg, håndverker, vare- og faghandel, samt forretningsmessige tjenester. Målsettingen med intervjuene har vært å undersøke holdninger til og erfaringer med det grønne skiftet og grønn omstilling, både fra et bransjeperspektiv og fra den enkelte bedrift. Siden antall intervjuer er begrenset kan de ikke sies å være representative, og funnene må følgelig tolkes med varsomhet. Intervjuene er gjennomført via telefon eller Teams, og med utgangspunkt i strukturerte intervjuguider som er godkjent av oppdragsgiver. Hvert intervju har i snitt hatt en varighet på inntil 30 minutter. I intervjuene har vi blant annet spurt om følgende:

- Kjennskap til/erfaring med grønne veikart i den aktuelle bransjen.
- Hvorvidt den aktuelle bedriften er engasjert i grønn omstilling.
- Hvordan SMB-lederne vurderer *fremtidsutsiktene* til bransjen som helhet og den enkelte bedrift, med tanke på grønn omstilling.
- Hvilke *barrierer* de evt. mener er til hinder for grønn omstilling, både på bransje- og bedriftsnivå.
- Hvilke *muligheter* bransjen som helhet og den enkelte bedrift har, med tanke på grønn omstilling.
- Hvilke tiltak bransjen som helhet og den enkelte bedrift bør ta for å gjennomføre grønn omstilling.

Analyse av intervjuene viser samlet sett at de understøtter funn fra spørreundersøkelsene. Hovedinntrykket er at de intervjuede gjennomgående er positive til grønn omstilling, men at kompetanse og kapasitet til å arbeide med temaet er begrenset. Kjennskap til og erfaring med grønne veikart er gjennomgående lav, hvor kun bare noen informanter oppgir at de kjenner til dette i kraft av at det har vært tema på bransjeforeningsmøte eller lignende. Tilbakemeldingene preges også av at de intervjuede leder små bedrifter med utpreget driftsfokus, hvor enkelte er i en krevende situasjon som følge av pandemien og ikke har kapasitet til å reflektere over og arbeide aktivt med grønne omstillingstiltak.

Et annet vesentlig funn er at typiske «grønne» tiltak ikke er knyttet til bedriftenes kjernevirksomhet eller produkter, men opptrer i form av kildesortering, energisparing og lignende. Økonomi oppgis ikke utelukkende som en barriere for grønn omstilling, selv om dette varierer med type bedrift. Flere informanter fremhever at «branding» eller merkevarebygging av produkter eller bedrifter som «grønne» tvert imot kan være et konkurransefortrinn.

Andre funn fra intervjuene som er verdt å merke seg, og som også finner støtte i spørreundersøkelsene, er at de intervjuede mener at:

- Omfattende rapportering er slitsomt for små bedrifter og at man burde vurdere hva som er hensiktsmessig å be mindre bedrifter rapportere på og om kanaler/formater for rapportering kan tilpasses/forenkles.
- Offentlige innkjøpsordninger gir ikke incitament til lokal virksomhet, noe som de mener medfører at mindre miljøvennlige løsninger velges og grunnlaget for lokale bedrifter kan bortfalle.
- Gulrot er bedre enn pisk – små bedrifter trenger drahjelp og vil tjene på mer samarbeid med andre bedrifter og med bransjen de tilhører.
- Flere har (mer) tro på yngre generasjoner, som har fått inn «grønne holdninger» fra barnsben av og er slik sett positive til grønn omstilling på sikt.
- Pandemien har satt fart på digitaliseringen og holdninger til digitalisering, noe som vil kunne sette fart på grønn omstilling og redusere klimagassutslipp grunnet færre som benytter forurensende transport til og fra arbeidsted.

DEL 3: SAMMENKOBLING OG INTEGRERT ANALYSE

I denne delen av rapporten sammenfattes funn så langt i rapporten. Det drøftes hvilke funn fra analysen som understøttes av funn fra våre spørreundersøkelser og dialog med SMB-ledere, samt hvilke som avviker. Dette er et omfattende tema og det kan derfor forventes at både funn som hhv. bekrefter og avviker fra tidligere funn er relevante for videre arbeid. Vi gjør også vurderinger om veikartsprosessen fremover.

SAMMENFATNING AV FUNN FRA DEL 1 OG 2

Mens del 1 tar for seg politikk, forskning og strategi for grønn omstilling for SMB-er, omhandler del 2 direkte dialog med SMB-ene. Her sammenfattes funn fra disse to delene, for å tydeliggjøre hvilke momenter som bekreftes av intervjuer med lederne i SMB-ene. Ikke alt fra del 1 trekkes frem, delvis av plasshensyn, men også fordi det ikke har vært mulighet til å gjennomgå alt fra del 1 i del 2. Et eksempel på noe som ikke har gjennomgått, er størrelsen på de individuelle bedriftenes utslipp, som er vanskelig å måle og dermed utfordrende å estimere effektene av. I tillegg er det visse funn fra forskning, for eksempel at klynger kan være positivt for grønn bærekraft (Pinget mfl., 2014), som ikke er egnet å spørre om i brede spørreundersøkelser, da de fleste bedriftene sannsynligvis ikke tilhører klynger. Av effektivitetshensyn er det prioritert brede emner (mangel på kapital, reguleringer, og incentiver) i utformingen av spørreundersøkelsene, som betyr at mer spesifikke emner ikke har inngått i like stor grad.

Tabell 2: Funn fra grønne veikart. Sammenligning mellom del 1 og 2

DEL 1	DEL 2
Reguleringer: Flere veikart trekker frem dette som nødvendig.	54 prosent av SMB-er er enige i at myndighetene kan bidra til grønn omstilling med bedre regulering av produkter og tjenester. Men bare 31 prosent sier at manglende reguleringer er en barriere for å utføre grønn omstilling. 53 er hverken enige eller uenige med sistnevnte.
Indirekte utslipp: Noen bransjer har større indirekte utslipp enn direkte. De kan likevel bidra ved å påvirke næringer med store utslipp, for eksempel transport.	Ifølge enkelte intervjuobjekter er det teoretisk mulig at SMB-er går sammen for å utøve politisk press på transportsektoren, men samtidig frykter de at det kan gi økte priser og dermed presse marginene til SMB-er.
Manglende kunnskap: Kan være gjeldende for mange bedrifter, og som konsekvens bli beslutningshemmende.	34 prosent sier seg enige i at manglende kunnskap om grønne investeringer er en barriere for dem. 38 prosent er hverken enige eller uenige, mens 28 prosent er uenige. SMB-ene har derfor ganske sprikende oppfatning om emnet.
Forbrukere: Mange sier de ønsker grønne produkter, men dette gir ikke nødvendigvis utslag i faktisk etterspørsel.	61 prosent sier seg enige i dette. I tillegg sier 59 prosent at de fleste kunder ikke er villige til å betale ekstra for grønne produkter/tjenester.
El-varebil: Transportsektoren ønsker mer av dette.	Dette er et moment som går igjen i dybdeintervjuene. Flere av lederne vi har intervjuet sier de har vurdert el-varebil. Men noen påpeker at de økonomiske fordelene ikke er like gunstige som for personlig el-bil.
Incentivordninger for grønn omstilling: Savnes av mange bransjer.	51 prosent sier seg enige i at manglende støtteordninger fra myndighetene er en barriere for å utføre grønn omstilling. 38 prosent er enige eller uenige, mens bare 12 prosent er uenige.

Kilde: NyAnalyse | Footstep | SMB Norge

54 prosent av SMB-ene sier seg enige i at *bedre* reguleringer kan hjelpe med grønn omstilling. Samtidig er det bare 31 prosent som oppgir at *manglende* reguleringer er en barriere. I teorien kan noen reguleringer ha positive effekter for bedrifter, spesielt om de sikrer like konkurransebetingelser. Bedrifter som vegrer seg for å velge bærekraftige løsninger i frykt for å miste markedsandeler, vil slippe denne problemstillingen dersom markedet er godt regulert. Samtidig kan reguleringer ha negative effekter for mindre bedrifter, spesielt hvis de medfører ytterligere press på allerede lave marginer. Siden vi ikke kan konkludere på dette punktet, bør det vurderes mer inngående i undersøkelser i en senere analyse.

Når det gjelder tiltak for å kutte utslipp i andre næringer (for eksempel transport), viser dybdeintervjuer med SMB-ledere at dette teoretisk sett er mulig å gjennomføre, men at dette kan føre til økte transportpriser med negativ konsekvens for SMB-er. Hvor stor effekt en grønn omstillingsprosess vil ha på transportsektoren avhenger naturligvis av flere faktorer, men det er ikke urealistisk å forvente effekter likt de SMB-lederne beskriver. Samtidig er det også mulig at priseffekten er lav, noe som taler for at en politisk påvirkning kan gi positive konsekvenser.

Manglende kunnskap om grønne investeringer er noe som fremheves i andre veikart. Her har SMB-lederne delte meninger. I spørreundersøkelsen oppgir 34 prosent at de mangler kunnskap om emnet, 38 prosent oppgir at de hverken er enige eller uenige, og 28 prosent oppgir at de er uenige. Den splittede responsen kan i stor grad forklares av bransjeforskjeller. For eksempel ser vi at 60 prosent sier seg enige i påstanden tilhører bedrifter i reiseliv, overnatting og servering, mens bare 31 prosent i bygg og anleggsbransjen sier seg enige. De andre bransjene ligger mellom disse to (unntatt «annen bransje», som ligger på 24 prosent). For alle bransjer er det derimot viktig å undersøke hvordan kunnskapsnivået om grønne investeringer kan bedres.

Et av funnene fra veikartsanalysen er at mange kunder snakker om at de ønsker grønnere produkter, men det at dette ikke alltid uttrykkes i faktisk etterspørsel. 61 prosent av SMB-ene som har besvart spørreundersøkelsen sier seg enige i dette. Dette er et viktig funn, fordi det illustrerer at det ikke alltid er samsvar mellom uttalte meninger og handlinger i praksis. Med et tema som er så verdipreget som klimadebatten, er dette en naturlig forventning. Spørsmålet blir da hvorfor dette fenomenet forekommer. En forklaring kan være at folk ønsker å posisjonere seg på det de føler er «rett» side av debatten. En annen forklaring kan være at det ikke koster noe å uttrykke en mening, men at grønne produkter kan være dyrere enn andre produkter, som naturligvis påvirker etterspørsel. Dette er ikke motstridende forklaringer, selv om den første kan sies å være mer verdiladet, mens den andre i større grad gir uttrykk for interesse eller preferanse.

Et annet viktig funn i forbindelse med grønne veikart, omhandler el-varebiler. Mens Norge har hatt en tydelig økning av el-biler i den nasjonale privatbilparken, er det flere av SMB-lederne vi har snakket med, samt en betydelig andel i spørreundersøkelse 2, som argumenterer for at de økonomiske fordelene for el-varebil er svakere enn de er for privat el-bil. Siden kjøp av el-varebil kan være et viktig virkemiddel for at SMB-er kan oppnå grønn omstilling, er dette noe som er verdt å ta med videre.

Et siste funn er at mange bransjer savner incentivordninger fra myndighetene, noe som gjentas av over halvparten av SMB-ene vi har spurt i andre spørreundersøkelse. Dette kan til en viss grad forklare hvorfor interessen for grønn omstilling er høy, samtidig som den faktiske gjennomføringen uteblir til en viss grad: SMB-ene ønsker å omstille seg, men mangler midler eller andre løsninger som gjør det mulig i praksis. Hvis dette er tilfelle, vil neste steg være å gå i dybden på denne problemstillingen, først ved å undersøke hvilke incentiver som er mest aktuelle, deretter ved å gjøre samfunnsøkonomiske analyser for å vurdere hvilke av dem er mest kostnadseffektive. Siden incentiver ofte kan medføre økte kostnader for offentlige budsjetter, anses det siste som særdeles viktig.

Tabell 3: Funn fra forskning. Sammenligning mellom del 1 og 2

DEL 1	DEL 2
Forurensende SMB-er: Mer tilbøyelige til å utføre grønn omstilling.	Det er ikke undersøkt i stor grad. Dybdeintervjuene tyder på at ledere i mindre forurensende næringer tenker mindre på temaet, men det er vanskelig å konkludere entydig. Funn fra spørreundersøkelsen er mer sprikende.
Klynger: SMB-er som tilhører klynger er mer tilbøyelige til å utføre grønn omstilling.	Dette har det ikke vært anledning til å undersøke, men det vil likevel være av verdi å analysere det nærmere i fremtidige rapporter.
Vekststrategi: SMB-er som prioriterer dette, klarer ikke samtidig å gjennomføre grønn omstilling.	Overraskende er det bare 16 prosent av SMB-er som sier seg enige i dette. Hvorfor forskningen spriker så mye svarene i spørreundersøkelsen, vites derimot ikke, men det er verdt å undersøke ved en senere anledning.
Støtte og virkemidler: SMB-er mangler ofte ressurser til å utforske tilgjengeligheten av disse. Regler og lovverk oppfattes som for avanserte.	30 prosent av SMB-er sier seg enige i at de mangler ressurser til å lete etter relevante ordninger. 46 prosent sier de hverken er enige eller uenige, noe som kan indikere at de er usikre på hvor de skal henvende seg, mens 24 prosent er uenige.
Tid: Små virksomheter har betydelig tidspress, som gir mindre mulighet for strategi.	Dette har vært et gjentagende moment i dybdeintervjuene. Ledere i SMB-er ser seg nødt til å prioritere daglig drift, som betyr at strategisk arbeid ofte må nedprioriteres eller delegeres til kveldstid.

Kilde: NyAnalyse | Footstep

Tabell 3 oppsummerer sammenligner funn fra forskning i del 1 med våre funn i del 2. Et av poengene fra Pinget mfl. (2014) var at jo mer SMB-er forurenser, jo mer prioriterer de grønn omstilling. Dette henger naturligvis sammen med at forurensende bedrifter har større kostnader knyttet til CO2-avgift og lignende reguleringer, men kan også forklares med at de også forventer kraftigere tiltak i fremtiden og dermed bruker mer tid og ressurser på å forberede seg på dette. Selv om dette var et av de mest interessante funnene fra forskningen, var det også

noe som ikke kunne undersøkes videre i spørreundersøkelsen, da det ikke var mulig å måle bedriftenes utslipp innen prosjektets rammer. Funn fra dybdeintervjuene indikerer at dette bekreftes, i den forstand at bedrifter i mindre forurensende bedrifter tenker mindre på emnet, men dette kan ikke konkluderes på grunnlag av intervjuene alene.

Forskning viser også at økt bruk av klynger kan øke graden av grønn omstilling. Dette er ikke noe vi har hatt anledning til å undersøke, men det er viktig moment som er verdt å undersøke i fremtidig arbeid. Det vil også være viktig å undersøke hva slags klynger det er snakk om, samt *hvorfor* dette har så stor betydning for omstillingsprosessen. Klynger er naturligvis ikke et fenomen som er aktuelt for bedrifter i alle bransjer, men spesielt kunnskapsbaserte næringer kan ha vesentlig nytte av klynger for å fremme grønn omstilling.

Pinget mfl. (2014) viser videre at SMB-er som prioriterer en vekststrategi, ikke samtidig klarer å prioritere grønn omstilling. I vår spørreundersøkelse er det derimot bare 16 prosent av SMB-ene som er enige i dette, et av de mest tydelige tilbakevisningene vi har funnet. Hvorfor forskningen og våre funn strider, er derimot noe usikkert. Det bør påpekes at forskningen tematiseres grønn *innovasjon*, som ikke nødvendigvis samsvarer med grønn *omstilling*, men det er ikke sikkert dette alene kan forklare forskjellen. En alternativ forklaring kan være at forskningen er blitt noe foreldet. Selv om seks år ikke er lang tid, preges det grønne næringslivet av raske endringer, hvor sannheter som var gjeldende for noen år siden kan være mindre gjeldende i år. Uansett forklaring anses det som positivt om grønn omstilling hos SMB-er ikke hindres av veksthensyn.

Funn fra forskning viser også at SMB-er ofte mangler ressurser til å utforske tilgjengeligheten av støttemuligheter og virkemidler. Dette er noe 30 prosent av SMB-ene i vår undersøkelse sier seg enige i, som ikke er en betydelig andel. 46 prosent sier de hverken er enige eller uenige, mens 24 prosent er uenige. Svarene varierer noe på tvers av bransjer, men alle har til felles at de i størst grad sier de hverken er enige eller uenige (unntatt reiseliv, overnatting og servering, som i størst grad sier seg enige i påstanden). Det taler for at dette ikke er et utbredt problem blant SMB-er, eller at de ikke vet hvor de skal henvende seg.

Et siste poeng fra forskningen er at små virksomheter opplever mye tidspress og lite kapasitet, som betyr at strategiarbeid nedprioriteres til fordel for daglig drift. Dette bekreftes i stor grad i dybdeintervjuene. Flere av SMB-lederne poengterer at deres tid primært går til drift, og at mye av strategiplanleggingen derfor må delegeres til helg eller kveldstid. SMB-er har typisk heller ikke mulighet til å sette av egne stillinger til fokus på bærekraft, på grunn av ressursmangel. Dette gjør at slik stillinger er en mulighet som blir forbeholdt større bedrifter.

VEIEN VIDERE

Så langt i rapporten er det fokusert på barrierer og muligheter for SMB-er til å utføre grønn omstilling. I denne siste delen av rapporten fokuseres det på veien videre. Vi drøfter hvordan man motiverer SMB-er til grønn omstilling, anbefaler aktiviteter for veikartsprosessen, og diskuterer om og hvordan datagrunnlaget fra denne rapporten potensielt kan brukes i videre arbeid.

Hvordan motivere SMB-er til grønn omstilling?

Funn fra forprosjektet tilsier at utgangspunktet for grønn omstilling blant SMB-ene på mange måter er godt. I spørreundersøkelsen oppgir seks av ti SMB-er at de er positive til grønn omstilling, drøyt fire av ti mener at grønn omstilling representerer «mest en mulighet» og drøyt tre av ti oppgir at de tror lønnsomheten på sikt vil øke dersom de lykkes med grønn omstilling. Samtidig indikerer de store andelene som svarer «verken enig eller uenig» i spørreundersøkelsene betydelig usikkerhet og/eller mangel på kunnskap når det gjelder de mulige positive konsekvensene av grønn omstilling, og hvilken rolle den enkelte bedrift kan spille i omstillingen. Dette tilsier at det for å motivere til grønn omstilling først og fremst er behov for å bygge kunnskap og kompetanse og tro på egne muligheter og rolle i arbeidet. I tillegg indikerer funnene både i spørreundersøkelsen og blant de intervjuede at det er behov for mer samarbeid fra bransjens side, altså at bransjeorganisasjonene gir litt «drahjelp» til bedrifter og bedriftsledere.

Videre er det flere som oppgir behovet for og ønsket om å lære av andre, fortrinnsvis at de mindre bedriftene kan lære fra de større, som ofte har mer erfaring og infrastruktur til å arbeide med grønn omstilling. At grønn omstilling/grønne virksomheter kan gi bedrifter positiv «branding» og mulig konkurransefortrinn er et annet funn å bygge videre på, men er kanskje mest aktuelt for bedrifter som har kjerneleveranser som kan gjøres «grønnere» gjennom materialvalg o.l. Samtidig er det viktig å få frem at andre bedrifter kan gjøre bedriften grønnere gjennom smarte energivalg, fokus på grønt/bærekraftig forbruk, kildesortering, digitale løsninger, grønne (under)leverandørvalg og miljøvennlig transport, for å nevne noe.

Mulige aktiviteter i veikartprosessen

Funn fra de to spørreundersøkelsene og intervjuene viser at det kan være behov for en rekke ulike tiltak og aktiviteter for å fremme grønn omstilling, både på SMB- og nasjonalt nivå, bransjenivå og overfor den enkelte bedrift. En tydelig tilbakemelding fra datainnsamlingen, som også understøttes av funn fra dokumentanalysen, er at små og mellomstore bedrifter gjennomgående mangler både kapasitet og kompetanse til å arbeide med grønn omstilling både strategisk og operativt. Hensiktsmessige tiltak overfor denne gruppa bør derfor innrettes med det mål å tilføre kompetanse og konkrete råd og veiledning på en tydelig og effektiv

måte som «treffen» målgruppas behov. Relevante tiltak bør både ha som mål å gi økt kompetanse på grønn omstilling gjennom veiledning og konkrete råd, samt informasjon om og nytteverdi av ulike støtteordninger.

Det er også identifisert behov for tiltak for å fremme positive holdninger til grønn omstilling, slik som kampanjer for å vise at grønn omstilling ikke nødvendigvis er komplisert og omfattende. Forprosjektet viser jo nettopp at SMB-ene gjennomgående er positive til grønn omstilling. Utfordringen er at en del har vanskelig for å se at bedriften kan spille en rolle i grønn omstilling og at en ikke vet hvordan en skal komme i gang med og arbeide med grønn omstilling i det daglige. Av den grunn kan kampanjer som illustrerer enkle og gode grep være hensiktsmessige.

Et viktig annet funn fra forprosjektet er at ledere i små og mellomstore bedrifter synes det er utfordrende å finne informasjon om ulike ordninger for å fremme grønn omstilling, at de samhandler lite med andre bedrifter eller «sin» bransje når det gjelder grønn omstilling, men at det helt klart ønskes, noe som bekreftes i funn fra spørreundersøkelsen om at 52 prosent mener myndighetene kan bidra til grønn omstilling ved å tilrettelegge for møteplasser mellom små og store bedrifter. Det er derfor behov for tiltak som «viser vei» i informasjonstilfanget, samt tiltak som ivaretar behovet for møteplasser og erfaringsdeling. Samlet sett er det både behov for brede informasjonstiltak og deling av god praksis rettet mot SMB-er, samt mer bransjespesifikke tiltak og tiltak rettet mot den enkelte bedrift/bedriftsleder. På bakgrunn av funn fra forprosjektet foreslås det følgende tiltak for å understøtte prosessen med utvikling av grønne veikart:

Forslag til tiltak i veikartprosessen

SMB-nivå/nasjonalt nivå
Informasjons-/bevisstgjøringstiltak
<ul style="list-style-type: none">▪ Utarbeide veileder for grønn omstilling for SMB-er.▪ Informasjonskampanjer om de fem beste ordningene som alle bedrifter kan ha nytte av.▪ Lage nettportal med kortfilmer og pedagogisk info som treffer ikke-akademikerne.▪ Kjøpe kampanjer for å promotere betydningen av grønn omstilling i «hverdagsnæringslivet».▪ Arrangere grønn konferanse, seminar og kontakt-møter med eksperter.
Økonomiske tiltak
<ul style="list-style-type: none">▪ Gjennomgang av Virkemiddelapparatet, inkl. Enova og fylkeskommunen/kommuner.▪ Gjennomgang erfaringer med skatt/avgift på klima/miljø for næringsliv/SMB-er.▪ Vurdere modeller for å delfinansiere Miljøsertifisering i SMB-er.▪ Undersøke elektrisk varebil-bruk vs. drivstoff på transport. Sjekk økonomien gjennom ulike bedriftseksempler.▪ Vurdere modeller for ulike fond hvor SMB-er kan søke klima-/miljømidler.
Administrative tiltak
<ul style="list-style-type: none">▪ Undersøke rapporteringsbyrden for SMB-er▪ Identifisere muligheter for å få kommuner til å bidra i bedring for grønne SMB▪ «Nye grønne innkjøp» (offentlig innkjøpsordning med krav til grønt, SMB, kortreist leveranse, mindre utslipp og andre betingelser).

Bransjenivå	
Økonomisk-administrative tiltak	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Undersøke bransjeforskjeller på miljøsertifisering, kostnader og rapportering. ▪ Opprette møteplasser i regi av SMB Norge og Miljøfyrtårn. 	
Bedriftsnivå	
Opplærings- og veiledningstiltak	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Opplæring av daglig ledere. ▪ Case på hvor enkelt det er å starte med resirkulering av avfall, grønnere bygg, samarbeid leverandør/nettverk, finne støtteordning som passer din bedrift, mv. 	

Kilde: NyAnalyse | Footstep

Videre gjennomgang av data

Funnene fra spørreundersøkelsene vil være viktig videre i prosessen mot å lage et grønt veikart for SMB-er i Norge, primært på grunn av informasjonsverdien. Samtidig kan datamaterialet også gi andre nytteverdier, spesielt om det kobles til andre kilder. En mulig tilnærming kan være bruk av regnskapsdata. Flere av emnene i undersøkelsen (kapital, lønnsomhet, investeringer) er knyttet til regnskapsmessige sammenhenger, som betyr at videre analyse kan avdekke verdifull innsikt.

Et eksempel på en slik analyse kan være å undersøke om bransjer som svarer at lav lønnsomhet hindrer grønn omstilling, også preges av lav lønnsomhet generelt. Andre variabler, for eksempel soliditet og likviditetsgrad, kan også benyttes. For eksempel kan det være nyttig å undersøke om visse regnskapsmessige karakteristikk ved bedriftene har sammenheng med deres syn på regulering, incentiver, samt kundeatferd. Slik innsikt vil gjøre det lettere å utarbeide det grønne veikartet, siden man vil vite mer om hva som kjennetegner de forskjellige næringene som utgjør massen av SMB-er. Selv om mange av løsningene i det ferdige veikartet kan være generelle (i den forstand at de tar for seg alle SMB-er samlet), kan det også bli nødvendig med skreddersydde løsninger for de forskjellige næringene.

Regnskapsdata er ikke den eneste typen data man kan bruke. SSB sitter på en mengde tallserier som kan kobles med bransjefunnene fra forprosjektet. Spesielt tall på CO₂-utslipp, brutt ned på næringer, kan være nyttig. Selv om vi ikke kjenner det individuelle utslippet til bedriftene i undersøkelsene, kan det være mulig å gjøre noen generelle vurderinger, spesielt for å sjekke påstanden fra Pinget mfl. (2014) om at forurensende SMB-er er mer villige til å gjennomføre grønn omstilling.

Sist har vi at spørreundersøkelsene i forprosjektet kan sammenlignes med andre spørreundersøkelser. Selv om vi dekket et bredt spekter av emner i våre undersøkelser, hadde vi fremdeles plassbegrensninger til spørsmål, som nødvendiggjorde prioriteringer. Andre

undersøkelser kan derimot ha dekket noen av emnene vi utelot, som betyr at en sammenligning og analyse av disse kan være nyttig i utarbeidelsen av det grønne veikartet.

VEDLEGG

POLITISKE MÅLSETTINGER PÅ KLIMA- OG MILJØOMRÅDET

Dette kapitlet presenterer kort på de viktigste politiske målsetningene på klima- og miljøområdet, internasjonalt og nasjonalt. Dette er politiske ambisjoner som legger rammene som SMB-ene må forholde seg til i sitt omstillingsarbeid. Grunnlaget for politikken ligger bla. i FNs bærekraftsmål, Paris-avtalen og European Green Deal. Videre er det en gjennomgang av hvordan dette er omsatt til nasjonale styringssignaler gjennom meldinger og proposisjoner til Stortinget, samt særskilte innsatser knyttet til bærekraftarbeidet, herunder Regjeringens ekspertutvalg for grønn konkurransekraft.

FNs BÆREKRAFTSMÅL

FNs bærekraftsmål er verdens felles arbeidsplan for å utrydde fattigdom, bekjempe ulikhet og stoppe klimaendringene innen 2030. Disse består av 17 mål og 169 delmål og gjelder alle land i hele verden. De mest relevante FN-målene for dette forprosjektet er nr. 13 (stoppe klimaendringene), nr. 8 (anstendig arbeid og økonomisk vekst) og – når det gjelder forhold knyttet til SMB-ene – nr. 9 (industri, innovasjon og infrastruktur).

Under hovedmål nr. 9 er det gitt en rekke delmål. Et par er spesielt relevant i denne sammenheng. Delmål 9.4 sier at innen 2030 må infrastruktur oppgraderes og næringslivet omstilles til å bli mer bærekraftig, blant annet ved hjelp av mer effektiv ressursbruk og mer utstrakt bruk av rene og miljøvennlige teknologier og industriprosesser. Delmål 9.5 legger vekt på å stimulere til innovasjon og betydelig økning i antall ansatte innen forsknings- og utviklingsvirksomhet, samt betydelig økning i bevilgninger til offentlig og privat forskning og utvikling.

EUROPEAN GREEN DEAL

I desember 2019 ble EUs grønne vekststrategi, *European Green Deal*, lagt frem (Regjeringen, 2020). Denne inngår i Europakommisjonens strategi for å implementere FNs 2030-dagsorden og FNs bærekraftsmål og er ment å gi en overordnet beskrivelse av EUs klima- og miljøpolitikk de kommende årene, med mål om å oppnå klimanøytralitet i 2050. I praksis betyr dette at man sikrer en mer bærekraftig og sirkulær økonomisk utvikling, med lavere klimautslipp, bedre helse og økt livskvalitet, samt nye arbeidsplasser. Politiske virkemiddel på alle nivåer skal tas i bruk for å nå målene. Dette inkluderer regelverk og standardisering, investering og innovasjoner, reformer på nasjonalt nivå, dialog, samt samarbeid på tvers av landegrensler.

European Green Deal har følgende konkrete handlingspunkter:

1. Klimatiltak

Strategiplanen er omfattende og inkluderer naturligvis flere tiltak enn hva som kan oppsummeres i kortform. Sentralt er en ny europeisk klimalov som skal stadfeste 2050-målet om klimanøytralitet, en plan om å øke EUs 2030-mål om kutt til 50-55 prosent, revisjon av energiskattedirektivet, CO2-grensetilpasningsmekanisme for utvalgte sektorer, samt ny EU-strategi for klimatilpasninger.

2. Ren, rimelig og sikker energi

Dette skal oppnås ved å vurdere nasjonale energi- og klimaplaner, formulere en strategi for smart sektorintegring, initiere en «renoveringsbølge» i byggesektoren, evaluere og revidere det transeuropeiske nettverket, og formulere en strategi for offshorevindenergi.

3. En industristrategi for en ren og sirkulær økonomi

Denne strategien har flere aspekter, inkludert en handlingsplan for sirkulær økonomi, initiativer for å stimulere ledende markeder til klimanøytrale og sirkulære produkter i energiintensive sektorer, et forslag om å fremme CO2-nøytral stålproduksjon innen 2030, ny lovgivning for batterier, samt regelverksendringer for avfallsreform. Sirkulærøkonomi løftes opp som det fremste virkemiddelet og skal i 2050 stå bak halvparten av målet om klimagassnøytralitet.

4. Bærekraftig og smart mobilitet

Inkluderer å arbeide for å vedta regelverket om Single European Sky (SES på luftfartsområde, vurdere å innlemme skipsfart og veitransport i EUs klimakvotesystem, samt redusere antall frie kvoter til luftfarten), revidering av direktivet om infrastruktur for alternative drivstoff, forslag til ny og strengere utslippsstandard for kjøretøy, med mer.

5. En grønn felles landbrukspolitikk (CAP) – «Fra jord til bord»-strategi

Gjennomgang av utkast til nasjonale strategiske planer, bruk av «fra jord til bord»-strategien, samt tiltak som betydelig skal redusere risiko og bruk av kjemiske plantevernmidler, samt bruk av gjødsel og antibiotika.

6. Bevare og beskytte økosystem og biologisk mangfold

Dette delmålet skal oppnås med EUs strategi for biologisk mangfold for 2030, ulike tiltak for å takle de viktigste årsakene til tap av biologisk mangfold, en ny EU-skogsstrategi, samt tiltak for å støtte avskogingsfrie verdikjeder.

7. Mot en ambisjon om nullforurensning for et giffritt miljø

Inkluderer en kjemikaliestrategi for bærekraft, en handlingsplan for vann, luft og jordsmonn, samt revisjon av tiltak for å redusere forurensning fra store industrianlegg.

8. Integrering av bærekraft

Dette målet skal oppfylles ved å benytte en rettferdig omstillingsmekanisme (*Just Transition Mechanism*), en fornyet strategi for bærekraftig finansiering, revidering av direktivet om ikke-finansielle rapportering, initiativer for screening og benchmarking av grønn budsjettpraksis i medlemslandene og i EU, revidering av retningslinjer for statsstøtte, tilpasning av alle nye initiativer knyttet til målene i European Green Deal og satsing på innovasjon med mer.

9. EU som global leder

Her skal EU fortsette å gå i front i internasjonale forhandlinger om klima- og biologisk mangfold, samt styrke Green Deal-diplomatiet i samarbeid med medlemslandene. I tillegg skal de gjøre en bilateral innsats for å få partnere til å handle og sikre et sammenligningsgrunnlag for tiltak og politikk, samt en grønn dagsorden for Vest-Balkan.

10. En felles europeisk innsats – en europeisk klimapakt

Til slutt legger EU-kommisjonen frem forslag for en felles europeisk innsats, gjennom lansering av den europeiske klimapakten, samt forslag til det åttende handlingsprogrammet for miljø.

EU – THE GREEN ACTION PLAN FOR SMEs

EU har vært en av de mest aktive pådriverne for en bærekraftig omstilling av næringslivet. Sentralt i denne omstillingen er the Green Action Plan (GAP), som ble lansert i 2014. Formålet med GAP er å hjelpe SMB-er med å dra fordelene av et ny og grønnere næringsliv. Siden om lag 99 prosent av alle bedrifter i EU er SMB-er, og siden disse bedriftene sysselsetter 70 prosent av den europeiske arbeidsmassen (Danish Technological Institute, 2010) er dette en naturlig prioritering. Programmet er delt inn i fire delmål, alle med tilhørende virkemidler. De er som følger (EU, 2014):

1. Gjøre SMB-er grønnere for å øke konkurranse og bærekraft
2. Grønt entreprenørskap for fremtidens bedrifter
3. Muligheter for SMB-er i en grønnere verdikjede
4. Tilgang til markeder for grønne SMB-er

GAP ble implementert for perioden i 2014-2020. I 2018 ga European Resource Efficiency Knowledge Centre ut en rapport som skulle måle daværende fremgang for de fire delmålene (EREK, 2018). I tillegg til å kort oppsummere delmålene, trekkes også frem viktige funn fra denne rapporten.

1. Gjøre SMB-er grønnere for å øke konkurranse og bærekraft

Et av hovedmålene med GAP er å gjøre SMB-er mer ressurseffektive, både for å redusere produksjonskostnader og for å øke produksjonsgevinster. Mer effektiv ressursbruk er blitt antatt å kunne spare opptil 630 milliarder euro årlig (EU, 2014). Konkrete mål:

- Gi europeiske SMB-er praktisk informasjon, råd og støtte.
- Støtte effektive teknologiske overføringsmekanismer for grønn teknologi.
- Tilrettelegge for tilgang til finansiering av ressursrelaterte forbedringer og energieffektivitet i SMB-er.

Ifølge EREK (2018) har EU-kommisjonen og den Europeiske Investeringsbanken lansert to instrumenter som skal gi SMB-er investeringsmuligheter innen energi- og ressurseffektivitet, nærmere bestemt *Private Finance for Energy Efficiency* (PF4EE) og *Natural Capital Financing Facility* (NCFF). Sistnevnte signerte sin første låneavtale i april 2017, hvor 30 naturbaserte bedrifter i Europa ble gitt tilgang på 6 millioner euro til sine formål. Andre virkemidler, inkludert konferanser og større tilgang til investorer, er også blitt tatt i bruk.

2. Grønt entreprenørskap for fremtidens bedrifter

Den grønne omstillingsprosessen, som både skal fremskynde ressurseffektive løsninger og forhindre miljøskade, vil gi nye forretningsmuligheter for bedrifter. GAP har som hensikt å gi SMB-

er et forretningsmiljø hvor grønne ideer lett kan utvikles, finansieres og bragt til markedet. Konkrete mål:

- Promotere all form for økoinnovasjon, inkludert ikke-teknologisk økoinnovasjon.
- Tilrettelegge for forretningssamarbeid, evner og kunnskap for grønt entreprenørskap
- Bede utnytte klyngers rolle som støtte for økoinnovative SMB-er.

EREK (2018) peker ut flere virkemidler som er tatt i bruk for å nå disse delmålene. En av disse er støtteordningen *SME Instrument* (nå *EIC Accelerator*), som gir støttemidler til innovative prosjekter innen grønn omstilling. I 2018 var et tresifret antall prosjekter allerede støttet. European Institute of Innovation and Technology (EIT) har også bidratt til promotering av grønt entreprenørskap, primært gjennom *Climate Knowledge and Innovation Community*. Deres bidrag har kommet gjennom blant annet sommerskoler for entreprenører, executive-program, master- og doktorgradsprogrammer, med mer.

3. Muligheter for SMB-er i en grønnere verdikjede

Det vil være sentralt for GAP å ta for seg barrierer til grønt verdikjedesamarbeid, promotere nye grønne forretningsmodeller, gjenbruk av materialer og avfall, samt støtte samarbeid på tvers av næringer i en sirkulær økonomi. Konkret mål:

- Bryte ned barrierer for verdikjede- og forretningssamarbeid på tvers av næringer og nasjoner, ved å legge til rette for å skape forretningsmodeller og gjenbruk av materialer, produkter og avfall.

Dette delmålet har fokus på kunnskapshenting, fordi man må forstå hvilke barrierer som er relevante for å kunne bryte dem ned. Flere studier er gjort for å utforske dette. En av disse studiene er Rizos, mfl. (2016), som identifiserer barrierene som er vist i Figur 22. «Manglende støtte fra tilbuds- og etterspørselsnettverk» pekes ut som den største barrieren i undersøkelsen. Manglende støtte fra tilbudsnettverket kan forekomme på flere måter, for eksempel ved at leverandører ikke er i stand til å tilby de nødvendige komponentene for å utføre grønn produksjon, eller ved at SMB-en finner seg på bunnen av verdikjeden. Manglende støtte på etterspørselsside forekommer fordi grønne varer og tjenester er utfordrende å selge. Dette kan skje på grunn av kunder som ikke er overbevist om at sirkulærøkonomi representerer fremtiden, eventuelt kunder som tror grønne produkter er av lavere kvalitet enn tradisjonelle produkter.

Figur 22: Barrierer til grønn omstilling for SMB-er



Kilde: Rizos, mfl. (2016)

Manglende kapital trekkes også frem som viktig. Dette inkluderer ikke bare manglende finansiering, men også ekstra kostnader som påløper for grønt FoU-arbeid. Videre ser man at 25 prosent av SMB-er mener det offentlige ikke tilbyr tilstrekkelig støtte, og 21 prosent mener den administrative byrden er for stor, samt at de selv mangler nødvendige tekniske egenskaper for å gjennomføre grønn omstilling.

4. Tilgang til markeder for grønne SMB-er

Brorparten av SMB-er selger grønn teknologi, tjenester og produkter eksklusivt i nasjonale markeder, som taler for et mer støttende rammeverk og mer internasjonalt samarbeid, slik at europeiske SMB-er kan ta del i globale verdikjeder. Konkrete mål:

- Promotere et grønnere Europeisk internt marked.
- Tilrettelegge for tilgang til internasjonale markeder for grønne entreprenører.
- Tilrettelegge for bruk av ressurseffektiv teknologi på tvers av landegrenser gjennom samarbeid med europeiske SMB-er.

En av tiltakene som er blitt implementert som følge av GAP for å nå fjerde delmål, er *the European Strategic Cluster Partnerships for Going International (ESCP-4i) in the field of Green Technologies*, som skal bidra til å øke omfanget av internasjonale klynger og forretningssamarbeid. Ifølge EREK (2018) hadde man på daværende tidspunkt fått sammenknyttet 150 klyngeorganisasjoner på tvers av 23 europeiske land og mer enn 17.000 SMB-er.

SAMMENDRAG AV RELEVANTE SMEUNITED-DOKUMENTER

SMEUnited er en europeisk paraplyorganisasjon og sammenslutning av små og mellomstore bedrifter, med rundt 70 SMB-organisasjoner fra over 30 europeiske land. Her følger en oppsummering av relevante dokumenter relatert til grønn omstilling i små og mellomstore bedrifter i Europa. To hoveddokumenter er plukket ut som de mest relevante, og derfor oppsummert i større detalj. Elementer fra de øvrige dokumentene samsvarer imidlertid med disse enkelte steder, og er derfor flettet inn der hvor dette er relevant. Alle de tilsendte dokumentene omhandler i stor grad SMEUniteds syn på ulike initiativ og tiltak som er foreslått og iverksatt i EU.

Oppsummering:

- Øke bevissthet om SME-bedrífers klimaavtrykk i både næring, bransje, verdikjede og geografisk område.
- Øke informasjonsflyten om bedriftenes klima- og miljøavtrykk, samt om forretningsmuligheter som foreligger innen det grønne skiftet.
- Redusere graden av byråkratiske prosesser og kompleksitet i rapporteringssystemer (f.eks. innen avfallshåndtering/sirkulærøkonomi). Nåværende systemer gir høyere kostnader og administrativ byrde for SMB-bedriftene, ettersom flere av disse *ikke* har ressurser (hverken tidsmessige, kompetansebaserte og finansielle) til å gjennomføre de kravene som de pålegges. Koronapandemien forsterker den finansielle ressursmangelen i en rekke bransjer.
- Håndteringen av koronapandemiens implikasjoner på SMB-er må baseres på både et kortsiktig og langsiktig perspektiv. Flest mulig må overleve krisen på kort sikt, samtidig som post-korona representerer en forsterket mulighet for grønn omstilling.
- Økt fokus på sirkulærøkonomi: Tilgang på nettbaserte løsninger med livssyklusanalyser (LCA), imidlertid med bedre brukervennlighet (samt språkvennlighet) i de rapporterings- og informasjonsløsningene som tilbys.

SMEUnited's Views on the European Climate Pact

Som en del av the European Green Deal har EU lansert The European Climate Pact, en avtale rettet mot felles europeisk klima- og miljøinnsats. Formålet med denne klimapakten er å involvere befolkningen i overgangen til et klimanøytralt samfunn, der deling av informasjon, fasilitering av samarbeid og kommunikasjon mellom europeiske borgere, samt tilrettelegging for grasrotinitiativer knyttet til klimaendringer og miljøbeskyttelse står sentralt (EU-kommisjonen, 2020) (Regjeringen, 2020).

SMEUnited er av den oppfatning (per mai 2020) om at SMB-bedriftene de representerer må involveres i European Climate Pact i større grad (SMEUnited, 2020a). De små og mellomstore

bedrifter utgjør et betydelig omfang i økonomien, tilsvarende 99,8 % av alle virksomheter i EU og to tredjedeler av privat sysselsetting.

I tillegg har SMEUnited tilgang til et bredt europeisk nettverk både i og utenfor EU, som det påpekes at en kan høste fruktene av. Paraplyorganisasjonen ønsker å aktivt ta del i klimapakten ved å forplikte seg til å gjennomføre tiltak som øker bevisstheten tilknyttet klima og miljø, samt utveksler informasjon, råd og gode erfaringer på tvers av medlemsbedrifter. Målet med dette er å bevisstgjøre medlemmene om deres SMB-bedrifts miljøavtrykk i både næring, sektor eller bransje, verdikjede og geografisk område.

Det påpekes også at i dagens situasjon, med koronapandemi og store utfordringer i en rekke bransjer, at det er kun klimavennlige tiltak som bør prioriteres i tillegg til de kriserettede tiltakspakkene som tilbys SMB-bedrifter. Dette belyser at klimarettede initiativ fortsatt er veldig viktige, selv i en prekær økonomisk situasjon for en rekke små og mellomstore bedrifter. SMEUnited vil bidra til at flere av deres medlemsorganisasjoner og tilhørende SMB-bedrifter tar i bruk flere bærekraftsorienterte, sirkulære, og klimanøytrale forretningsmodeller.

Informasjonsgivende arbeid er også viktig. SMEUnited ønsker å informere sine medlemmer om hvilke finansieringsordninger som er tilgjengelige, slik at flere får mulighet og bistand til å utvikle sine forretningsområder og verdikjeder til å bli mer klimanøytrale. Arrangementer med viktig tematikk fra forskning, tenketanker, EU-institusjoner og andre relevante organisasjoner innen området er også å foretrekke. Klimapakten bør utvikle arenaer for nettverksbygging, arbeidstrening og matchmaking mellom initiativer og organisasjoner innen det grønne skiftet.

Ytterligere innspill fra SMEUnited dreier seg om at European Climate Pact bør redusere byråkratiske prosesser til et minimum, samt aktivt følge opp deres medlemsbedrifter slik at flere SMB-bedrifter har muligheten til å delta i det grønne skiftet. Involvering av de små og mellomstore bedriftene som SMEUnited representerer er avgjørende for å nå målene om et klimanøytralt EU innen 2050.

Paper on the new Circular Economy Action Plan for a Cleaner and More Competitive Europe

Dette dokumentet inneholder SMEUniteds innspill på EUs nye handlingsplan for sirkulærøkonomi (SMEUnited, 2020b). Organisasjonen er i utgangspunktet av den oppfatning om at et målrettet fokus på sirkulærøkonomi er veldig positivt for innovasjon og økonomisk vekst i Europa som helhet, men også i SMB-er. Grunnet usikkerheten som følge av koronapandemien og at følgelig en rekke små og mellomstore bedrifter sliter med store likviditetsproblemer, understreker imidlertid SMEUnited at handlingsplanen med nye tiltak ikke må bli en finansiell byrde for SMB-ene. I tillegg må graden av byråkrati reduseres så langt det er mulig.

Samtidig påpekes det at perioden etter korona representerer en mulighet for grønn omstilling i bedriftene. Paraplyorganisasjonen mener imidlertid at myndighetene i EU må ha både et kortsiktig og langsiktig fokus idet en håndterer den nåværende krisen. På kort sikt må det tilbys krisepakker og finansieringsløsninger slik at flest mulig SMB-er får stablet sin produksjonskapasitet på beina igjen idet smittesituasjonen avtar, samtidig som en på lang sikt må påvirke bedriftene til å bevege seg over til mer bærekraftige forretningsmodeller i fremtiden.

Ordninger som SMEunited mener bør tilbys til deres medlemsorganisasjoner og tilhørende bedrifter inkluderer: et modernisert og nyrevidert regelverk, enklere tilgang til finansieringsordninger, samt reduserte skattesatser. Disse ordningene skal bidra til at flere SMB-er får mulighet til å transformere sine tradisjonelle forretningsmodeller til å bli mer sirkulære. I tillegg skal fokuset rettet mer mot gjenbruk, reproduksjon og materialgjenvinning, samt ta i bruk flere produkter hvor bærekraft er prioritert.

Grunnet deres ulike struktur, både i størrelse og ressurser, har flere av SMB-ene problemer med å håndtere rapporteringssystemene som pålegges fra EU. Handlingsplanen må derfor bli mer kompatibel med SMB-ene. I tillegg foreslår SMEunited at en nettbasert portal med såkalte livssyklusanalyser (LCA) for forskjellige produktgrupper bør bli gratis tilgjengelig på flere språk for alle, siden de små og mellomstore bedriftene ikke har kompetanse eller tilgang på personell som kan utføre disse analysene selv. SMB-er som produserer like varer og tjenester kan imidlertid gå sammen og utføre mer spesialiserte LCA-analyser der det er nødvendig, slik at de sparer kostnader.

SMEunited fremhever også sirkularitet i produksjonsprosesser hvor SMB-bedrifter er representert, hvor følgende verdikjeder vektlegges som de viktigste:

- Batterier, transport og kjøretøy (redusere CO₂-nivåer)
- Plast (gjenvinning og avfallshåndtering)
- Tekstiler (gjenbruk og reparasjon)
- Bygg og anlegg (gjenbruk av materialer, forbedrede avfallssystemer)
- Mat og vann (redusere matsvinn)

I tillegg må konsumentene av deres varer og tjenester også i større grad informeres om klima- og miljøpåvirkningen til produktene de etterspør. Dette må likevel ikke påføre SMB-ene eller deres produsenter høyere kostnader, slik at det resulterer i høyere priser for forbrukerne. Kjennskap til klima- og miljøpåvirkningen fra hele den totale livssyklusen til et produkt vil bidra til økt bevissthet blant SMB-ene.

POLITISKE PARTIER I NORGE. POLITIKK FOR GRØNN OMSTILLING

Parti	Politikk
Høyre (H)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fortsette et forpliktende samarbeid med EU om utslippsreduksjoner, som sikrer norske bedrifter forutsigbarhet og like konkurransevilkår med europeiske bedrifter. ▪ Sikre full sysselsetting innenfor rammen av et nullutslippssamfunn. ▪ Fortsette økningen av CO₂-avgiften, men kompensere ved å redusere andre skatter og avgifter. ▪ Videreføre og styrke Enova som klimapolitisk virkemiddel. ▪ Bruke Enova til å stimulere til energieffektiverende tiltak i bygg- og anleggsbransjen. ▪ Bruke avgiftssystemet for å stimulere til økt energieffektivisering og -gjenbruk i bygg, som f.eks. restvarme og varmegjenvinning fra industri. ▪ Videreføre CO₂-kompensasjonsordningen. ▪ Stille krav om bruk av hydrogen ved minst ett offentlig anbud på en fergestrekning i Norge, for å utløse en verdikjede for hydrogenproduksjon. ▪ Gjennomføre et pilotprosjekt etter modell fra Danmarks Grønne Investeringsfond. Piloten skal gi ut lån til grønne oppstartsbedrifter fremover. ▪ Sørge for forutsigbare og stabile rammebetingelser for fornybart drivstoff og energibærere.
Arbeiderpartiet (Ap)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gjøre det dyrere å forurense ved å øke CO₂-avgiften med 10 prosent årlig frem til 2030, med unntak for bensin og diesel, der avgiften skal økes med 5 prosent årlig frem til 2025. ▪ Innføre konkrete mål for utslippskutt for hver enkeltsektor og næring i Norge. Målene skal utvikles i samarbeid med berørte næringer og følge det felles klassifiseringssystemet som nå utvikles i Europa. Det skal etableres et system for jevnlig og forpliktende oppfølging av tiltak og måloppnåelse. ▪ Øke støtten til satsinger som karbonfangst, havvind, hydrogen og grønn skipsfart, blant annet gjennom å gjennomføre en skattereform slik at det blir mer attraktivt å investere i klimavennlige næringer. ▪ Satse på nye, grønne verdikjeder gjennom sektoroverskridende satsinger på områder som karbonfangst, -lagring og -bruk, og produksjon, distribusjon og bruk av hydrogen. ▪ Vektlegge klima og naturhensyn sterkere i offentlige anskaffelser. ▪ Ta større hensyn til fordelingsprofil i utforming av klima- og miljøpolitikken, og utrede hvordan næringer som forurenser mest, og personer som har størst betalingsevne, kan bidra mer enn i dag.
Fremskrittspartiet (Frp)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Internasjonale klimautfordringer må løses gjennom internasjonale avtaler som innbefatter mekanismer for kostnadseffektiv gjennomføring. Fremskrittspartiet legger til grunn at Norge skal gjennomføre fornuftige tiltak for å kutte klimagassutslipp både nasjonalt og internasjonalt. FrP er skeptisk til ukritisk bruk av «føre-var-prinsippet». Vi forutsetter at tiltak er resultatorienterte og baseres på langsiktige kost/nytte-vurderinger. ▪ Fremskrittspartiet er kritisk til å bruke klimapolitikken til å øke skatter, avgifter og utgifter for innbyggere og bedrifter. Man skal ha respekt for skattebetalernes penger og innbyggernes ønske om forutsigbarhet og fleksibilitet i hverdagen. Vi er derfor kritiske til å innføre stadig nye forbud, påbud, restriksjoner og andre offentlige inngrep som begrenser enkeltmenneskets frihet eller svekker norsk konkurransekraft. I stedet bør miljøvennlig adferd stimuleres gjennom positive virkemidler. ▪ Norsk næringsliv er allerede langt fremme når det gjelder miljøvennlig produksjon med lavt ressurs- og energiforbruk. Staten skal stimulere til videre forskning, utvikling og implementering av ny energi- og miljøvennlig teknologi, med sikte på å styrke norske næringsklyngers konkurransevne. Krav om bruk av strøm fra land til produksjon på sokkelen må opphøre. ▪ Norge må unngå sømorske, strenge klimagassiltak som fører til at næringsaktivitet og arbeidsplasser flyttes til andre land for å pynte på det norske klimagassregnskapet. En global klimaavtale må forhindre såkalt

karbonlekkasje og ha mekanismer som utjevner konkurranseulempen mellom industri som må svare for klimagasskostnader, og industri i land hvor slike kostnader ikke finnes. Et nasjonalt tak for klimagassutslipp vanskeliggjør videreutvikling og nyetablering i norsk industri. Dagens klimagassmålsetting om et absolutt tak for nasjonale utslipp må erstattes med et mål om gradvis reduksjon i klimagassnivået innenfor ulike næringer.

Miljøpartiet De Grønne (MDG)

- Sette ambisiøse klimamål og føre en næringspolitikk som støtter opp om klimamålene, fremmer bruk av ny teknologi og hjelper industrien til omstilling.
- Satse målrettet på sektorer der Norge har naturgitte fortrinn, som fornybar energi, foredling av biologiske ressurser samt marine og maritime næringer, slik myndighetene en gang aktivt bygget opp norsk olje- og gassindustri.
- Bygge ned konkurransevridende særfordeler til oljeindustrien, som leterefusjon, avskrivingsregler og garantiordninger, og flytte statlige forskningsmidler og risikokapital til innovasjon i grønne næringer.
- Gjøre det lettere å starte og drive små foretak, gjennom blant annet lettelse i arbeidsgiveravgiften for små bedrifter og økt bunnfradrag i formueskatten.
- Flytte godstransporten over fra vei til sjø og bane, ved å sikre bedre infrastruktur på norske havner og gi jernbanen et nasjonalt løft både i utbygging og vedlikehold.
- Vi vil la mennesker utgjøre drivkraften i økonomien. Småbedrifter, entreprenører og private initiativer spiller derfor en sentral rolle i vår næringspolitikk. Vi vil skape et konkurransedyktig og miljøvennlig næringsliv som sikrer varig velferd, også etter oljealderen.
- Norge bør følge andre lands eksempler for vellykket næringspolitikk, og ha en klar næringspolitisk profil på satsingen. Vi bør satse på de næringene hvor vi har naturgitte og historiske fortrinn som produksjon av fornybar energi, foredling av biologiske ressurser og marine og maritime næringer.

Senterpartiet (Sp)

- Bygge ut 10 000 hurtiglådere i hele landet innen 2030 og ha en nasjonal plan for ladestasjoner og fyllstasjoner for hydrogen og biogass.
- Alle nye personbiler og lette varebiler som selges i 2025 skal være nullutslippsbiler. Alle nye tyngre varebiler, 75 % av nye langdistansebusser og 50 % av nye lastebiler skal være nullutslippskjøretøy i 2030. 100 % av bybussene skal være utslippsfrie i 2030.
- Bygge ut og oppgradere jernbanen mellom landsdelene for å sikre at flere reisende og mer gods transporteres på bane. Elektrifisere eller innføre hydrogentog på linjer som i dag går med dieseltog. Bedre nattogtilbudet mellom de største byene i Norge og Nord-Europa.
- Redusere klimautslippene fra næringstransport/tungtransport, blant annet ved å etablere et CO2-fond for næringstransporten.
- Sikre en storstilt satsing på norsk bioenergi og avansert biodrivstoff i transportsektoren. Det er viktig å gi avgiftslettelse og samtidig øke andelen avansert biodrivstoff som er påbudt omsatt. Det må satses særlig på biodrivstoff i luftfarten.
- Program for innfasing av elektrifiserte fly i Norge. De første innenriks ruteflygningene bør være elektrifisert i 2030 og det bør etableres et statlig pilotprosjekt for elfly.
- Opprette et «Bionova», et klimafond på 10 mrd. kroner for landbruket, hvor utøvere kan søke støtte til omlegging av produksjon og drift slik at klimautslippene reduseres per produsert enhet. Fondet skal også bidra til å finansiere tiltak for økt binding av CO2 i skog.
- Utrede og vurdere en klimatoll på import av kjøtt og ha en tydeligere merking av importkjøtt.
- Innføre klimaberegninger i alle større byggeprosjekter i offentlig regi. Stille krav om at miljø og klima skal vektes med minst 30 % i offentlige anskaffelser der innkjøpene har klimapåvirkning. Sette mål for utslippskutt i Universitets- og høyskolesektoren og i sykehussektoren.
- Øke støtten til installasjon av solcelleanlegg som vil bidra til å øke tilfanget av fornybar energi og skape et marked for den industrien i Norge som produserer solcellepaneler.

- Norge må styrke ordningen for klimafinansiering knyttet til energiomstilling i framvoksende økonomier. Målet må være at Norge skal bli en sentral bidragsyter i arbeidet med å velge fornybare energikilder som grunnlag for videre utvikling i framvoksende økonomier.

Sosialistisk Venstreparti (SV)

- Statlige midler skal ikke støtte grå næringer. Hver krone skal gå til grønn innovasjon og verdiskaping, og vi skal slutte å finansiere alt som undergraver det grønne skiftet.
- Leverandører som tilbyr de ansatte tariffestede lønn og arbeidsvilkår og leverer bærekraftige løsninger bør gis fortrinn, og ikke konkurranseulempet i forbindelse med offentlige anskaffelser. I dag er det altfor ofte motsatt, hvor de som satser på grønne løsninger og tariff for sine ansatte taper fordi de ikke kan konkurrere på pris. Etersom offentlig sektor kjøper inn varer, tjenester og bygge- og anleggsarbeider for om lag 520 milliarder kroner årlig blir innkjøpssystemet i seg selv en del av klimautfordringen.
- Dagens sterke vektlegging av pris og kostnadseffektivitet er problematisk av flere grunner. I en periode hvor vi vet at vi må gjennomføre store kutt i klimagassutslipp og utvikle og ta i bruk ny teknologi for å sikre kommende generasjoner en tryggest mulig framtid, er det tvilsomt om det er relevant med prissammenligninger som inkluderer teknologier som vi ikke kan benytte oss av dersom vi skal lykkes i klimapolitikken.
- SV vil styrke Enova. Det opprettes et nytt industriprogram for å støtte teknologisk modne kutt, i tillegg til å styrke tilskudd til husholdninger og ladeinfrastruktur for elbiler.

Kristelig Folkeparti (KrF)

- KrF mener det haster å få på plass et grønt skifte. Vi må i større grad gå bort fra fossil og klimaskadelig energi og over til ny, fornybar og ren energi. I dette arbeidet er forskning og utvikling avgjørende, og det er også viktig for å sikre norske arbeidsplasser i fremtiden.
- KrF mener det må lønne seg å velge grønt. Derfor må vi sørge for at det koster mer å forurense, samtidig som det blir billigere å ta miljøvennlige valg i hverdagen. Blant annet må det lønne seg å kjøpe en miljøvennlig bil fremfor en mer forurensende en. En god del av klimautslippene i Norge kommer fra transportsektoren. Derfor mener KrF vi må satse mye mer på kollektivtransport i sentrumsnære områder slik at flere kan bruke buss, båt og bane til og fra jobb og andre aktiviteter. Det er bra både for klimaet og for den lokale luftkvaliteten.

Kilde: Høyre | Ap | Frp | MDG | Sp | SV | KrF

Sirkulærøkonomi

Regjeringen har erklært at Norge skal være et foregangsland i utviklingen av en grønn, sirkulær økonomi. Ifølge regjeringsplattformen skal en det utarbeides en nasjonal strategi for sirkulærøkonomi. Denne skal legges frem våren 2021. Etter lanseringen vil det naturligvis være produktivt med en diskusjon om hvordan SMB-er påvirkes og hvordan de kan bidra.

Sirkulærøkonomi er et gjennomgående tema i de politiske dokumentene som er gjennomgått i dette prosjektet, både i EU og Norge. Tidligere grønne veikart legger også vekt på emnet i stor grad, noe som bare er naturlig, siden mer effektiv gjenbruk av ressurser vil være et nøkkelelement for å oppnå grønn omstilling.

Det vil være viktig å informere bedriftene hvordan de påvirkes av sirkulærøkonomi, samt hvordan de selv kan bidra til å effektivisere målene som Regjeringen skisserer. Spesielt viktig vil det være å synliggjøre hvordan sirkulærøkonomi påvirkes SMB-ene indirekte, siden de fleste tar del i verdikjeder som påvirkes av emner som grønne avgifter, krav i offentlige anskaffelser, retur- og panteordninger, krav til avfallshåndtering, og regulering av produktinnhold. fradrag, pant, med mer.

Som det er illustrert tidligere i rapporten, er det typisk for SMB-er at de daglige lederne må bruke det meste av tiden på daglig drift, som betyr at langsiktig strategiarbeid ofte må delegeres til kveldstid eller helger, gitt at det er mulig. I lys av dette er det viktig å utvikle forretningsmodeller for SMB-er som i større grad integrerer elementer fra sirkulærøkonomien.

INTERVJUGUIDE: GRØNN OMSTILLING FOR SMB-ER

OVERSIKT	
Prosjekt	De små og mellomstore bedriftene sin rolle i det grønne skiftet
Oppdragsgiver	Klima og miljødepartementet
Informant (navn/bedrift/tittel)	
Dato	
Intervjuer/konsulent (navn/firma)	

INTERVJUGUIDE
<p>Introduksjon:</p> <p>«Formålet med dette intervjuet er å få høre om dine holdninger til og erfaringer med det grønne skiftet og grønn omstilling i norsk næringsliv. Intervjuet inngår som del av datagrunnlaget for prosjektet «De små- og mellomstore bedriftene sin rolle i det grønne skiftet», som vi utfører på oppdrag for Klima- og miljødepartementet. I tillegg til intervjuer med et utvalg bedrifter gjennomfører vi spørreundersøkelser rettet mot små og mellomstore bedrifter, samt analyse av ulike dokumenter. Alle opplysninger du gir i intervjuet blir behandlet konfidensielt og det vil ikke være mulig å spore dine svar tilbake til deg i rapporteringen fra prosjektet.»</p>
<p>Definisjon: Med «grønn omstilling» menes bedriftsutvikling (investeringer, innovasjon, mv) for å utvikle nye eller eksisterende tjenester og produkter til å bli miljøvennlige - samtidig som bedriften opprettholder eller styrker konkurransekraften.</p>
<p>1. Kjenner du til grønne veikart?</p> <ul style="list-style-type: none">• Hvis JA: Hvordan påvirker tiltakene i grønne veikart din bransje?• Hvis NEI: Forklar kort om grønne veikart: <p>«Et grønt veikart er et strategidokument for omstilling til lavutslippssamfunnet i en spesifikk bransje. Veikartene utformes av aktørene selv i den bransjen som beskrives. Typisk er det et samarbeid som gjerne involverer bransjeforeninger. For eksempel er det grønne veikartet for næringslivets transporter laget av blant annet NHO Transport, NHO Luftfart, LO og Norsk Skogeierforbund, med flere.»</p>
<p>SVAR:</p> <p>2. Er din bedrift engasjert i grønn omstilling?</p> <ul style="list-style-type: none">• Hvis JA: Hvordan?• Hvis NEI: Hvorfor ikke?
<p>SVAR:</p> <p>3. Hvordan vurderer du <i>framtidssiktene</i> til din bedrift og bransje, med tanke på grønn omstilling?</p> <p>Om intervjuobjektet sliter med å svare:</p> <ul style="list-style-type: none">• Leverer dere tjenester eller produkter som også vil være viktige en framtid der vi skal produsere med lave utslipp?• Er det spesielle forhold dere tror kan bli problematiske, i en framtid med lav ressursbruk og lave utslipp i alle sektorer?• Er framtidssiktene optimistiske? Begrunn/utdyp• Pessimistiske? Begrunn/utdyp• Nøytrale? Begrunn/utdyp

SVAR:

4. Hvilke *barrierer* mener du hindrer din bedrift og bransje til å utføre grønn omstilling?

Om intervjuobjektet sliter med å svare:

- Har dere fokus på andre strategier enn bærekraft, for eksempel vekst?
- Vet lite om emnet?
- Ikke tid til å tenke på emnet?
- Konkurransehensyn? Dere ønsker å bidra, men har konkurrenter å tenke på?
- Liten påvirkningskraft som SMB?
- Annet/utdyp?

SVAR:

5. Hvilke *muligheter* har din bedrift og bransje når det kommer til grønn omstilling?

Om intervjuobjektet sliter med å svare:

- Hvordan vil driften påvirkes?
- Hvordan vil ansettelse påvirkes?
- Annet/utdyp?

SVAR:

6. Hvilke *tiltak* mener du din bedrift og bransje bør ta for å gjennomføre grønn omstilling?

Om intervjuobjektet sliter med å svare:

- Har dere tenkt på tiltak dere kan gjennomføre i deres bedrift? Energieffektivisering? Kjøp av nullutslippstransport?
- Din bransje har kanskje ikke mange direkte utslipp, men dere handler muligens med bransjer med større utslipp, for eksempel transport. Eller dere bruker produkter som har store utslipp i sin produksjon? Hvor stor mulighet har dere til å påvirke disse?
- Er det endringer i selve forretningsmodellen – dvs. overgang til reparasjonstjenester eller digitale løsninger?
- Hvis mulighetene for å påvirke er liten: Blir det lettere om SMB-er går sammen som gruppe?
- Annet/utdyp?

SVAR:

7. Andre kommentarer? Noe vi ikke har fått med enda?

SVAR:

LITTERATURLISTE

Abelia, Norsk design- og arkitektursenter, Telenor, Halogen (2016): *Veikart for smart omstilling. Et innspill fra kunnskapsnæringene*. Hentet november 2020:

<https://www.regjeringen.no/contentassets/ab557e6446d84b1c9c348c9912b47535/veikart-for-smart-omstilling-et-innspill-fra-kunnskapsnaringene.pdf>

Byggenæringens Landsforening (2016): *BNLs miljø- og energipolitikk mot 2030*. Hentet november 2020 fra: <https://www.regjeringen.no/contentassets/ab557e6446d84b1c9c348c9912b47535/bnls-politikk-gront-skifte.pdf>

Danish Technological Institute (2014): *SMEs and the Environment in the European Union*. Hentet desember 2020 fra: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/aa507ab8-1a2a-4bf1-86de-5a60d14a3977>

EREK (2018): *Green Action Plan for SMEs – Implementation Report*. European Resource Efficiency Knowledge Centre. Hentet desember 2020 fra: https://www.resourceefficient.eu/sites/easme/files/EREK_report_Implementation_of_SME_Green_Action_Plan.pdf

EU (2014): *Green Action Plan for SMEs – Turning environmental challenges into business opportunities*. Hentet desember 2020 fra: <https://www.switchtogreen.eu/?p=1180>

EU-kommisjonen (2020a): *European Climate Act*. Hentet november 2020: fra: https://ec.europa.eu/clima/policies/eu-climate-action/pact_en

EU-kommisjonen (2020b): *Science for Environment Policy. Eco-innovation in SMEs. Future Brief 22. Brief produced for the European Commission DG Environment by the Science Communication Unit, UWE, Bristol*.

Finans Norge (2018): *Veikart for grønn konkurransekraft i finansnæringen*. Hentet november 2020 fra: <https://www.regjeringen.no/contentassets/ab557e6446d84b1c9c348c9912b47535/veikart-finansnaringen-web.pdf>

Grønn Byggallianse og Norsk Eiendom (2016): *Eiendomssektorens veikart mot 2050*. Hentet november 2020 fra: <https://www.regjeringen.no/contentassets/ab557e6446d84b1c9c348c9912b47535/eiendomssektorens-veikart-mot-2050.pdf>

Hedegaard, Connie; Kreutzer, Idar (2016): *Grønn konkurransekraft. Rapport fra regjeringens ekspertutvalg for grønn konkurransekraft*. Hentet november 2020 fra: <https://www.gronnkunnskraft.no/files/2016/10/Strategi-for-gr%C3%B8nn-kunnskraft.pdf>

NHO (i.n): *Fakta om små og mellomstore bedrifter (SMB)*. Hentet november 2020 fra: <https://www.nho.no/tema/sma-og-mellomstore-bedrifter/artikler/sma-og-mellomstore-bedrifter-smb/>

Norsk Industri (2016): *Veikart for prosessindustrien. Økt verdiskaping med nullutslipp i 2050*. Hentet november 2020 fra: https://www.regjeringen.no/contentassets/ab557e6446d84b1c9c348c9912b47535/veikart-for-prosessindustrien_web.pdf

NyAnalyse (2018). *Norske bedrifters verdibidrag*.

OECD (2015): *Environmental Policy Kit for Greening SMEs in the EU Eastern Partnership Countries*.

Pinget, Amandine; Bocquet, Rachel; Mothe, Caroline (2014): *Barriers to Environmental Innovation in SMEs: Empirical Evidence from French Firms*. IREGÉ.

Regjeringen (2020): Green Deal. EØS-notat. Hentet november 2020 fra:

<https://www.regjeringen.no/no/sub/eos-notatbasen/notatene/2020/feb/green-deal/id2689681/>

Rizos, Vaseilos, mfl. (2016): *Implementation of Circular Economy Business Models by Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs): Barriers and Enablers*. Hentet desember 2020 fra: <https://www.mdpi.com/2071-1050/8/11/1212/htm>

SMEUnited (2020a): *SMEUnited's views on the European Climate Pact*. Position paper.

SMEUnited (2020b): *Smeunited Position Paper on the New Circular Economy Action Plan for a Cleaner and More Competitive Europe*. Policy paper.

Sparebank 1 SMN (2020): *Sparebank 1 SMNs bærekraftsbarometer*. Hentet november 2020 fra:

<https://www.sparebank1.no/content/dam/SB1/bank/smn/foto/barekraft-og-lokalt/smn-barekraftsbarometer-2020.pdf>

Stakeholder AS, NHO, LO, Norges Lastebileier-forebund, NHO Logistikk og transport, NHO Sjøfart, NHO Transport, Norsk Havneforening, Norges Skogeierforbund, Norsk Petroleumsinstitutt, Fiskebåt (havfiskeflåtens organisasjon), Maskinsentreprenørens Forbund, Zero (2016): *Veikart for næringslivets transporter – med høy mobilitet mot null utslipp i 2050*. Hentet november 2020 fra:

<https://www.regjeringen.no/contentassets/ab557e6446d84b1c9c348c9912b47535/veikart-for-naringslivets-transporter.pdf>

Virke og LO (2016): *Veikart for grønn handel 2050*. Hentet november 2020 fra:

<https://www.regjeringen.no/contentassets/ab557e6446d84b1c9c348c9912b47535/veikart-for-gronn-handel-2050.pdf>



Besøksadresse: Apotekergata 10, 0180 Oslo

E-post: terje@nyanalyse.no

Hjemmeside: www.nyanalyse.no



Footstep

Besøksadresse: Bølerveien 9D, 0690 Oslo

E-post: post@footstep.no

Hjemmeside: www.footstep.no