

Kronik.

Interesserer investorer sig for, hvordan firmaer mindsker deres udledning af drivhusgasser?



Jochen Theis, lektor ved Institut for Virksomhedsledelse og Økonomi, SDU

drivhusgasser verden over er økonomiske aktiviteter (f.eks. industriel produktion), hvorfor EU med oprettelsen af "den grønne pagt" (Green Deal) har igangsat en ny vækststrategi med en målsætning om at blive en moderne, ressourceeffektiv og konkurrence-dygtig økonomi.

En af hjørnestenene i den grønne pagt er forpligtelsen til at opnå klimaneutralitet og en netto-nuludledning af drivhusgasser i EU inden 2050. Forslaget til den første europæiske klimalov vil gøre dette til en bindende, lovpligtig forpligtelse med vidtrækkende konsekvenser for virksomheder i EU.

KLIMANEUTRALITET BETYDER DOG ikke, at virksomheder ikke længere kan udlede drivhusgasser. Udtrykket hentyder snarere til, at en udledning kan ske, så længe den afbalanceres af processer, som sænker udledningerne andre steder, eller som mindsker forekomsten af de allerede eksisterende drivhusgasser i atmosfæren.

Virksomheder kan bl.a. benytte to strategier til at sænke udledningen af drivhusgasser med henblik på at blive klimaneutral.

Den ene strategi går ud på at lave driftsmæssige ændringer, som reducerer virksomhedens egen udledning. For eksempel kan virksomheden sænke sine udledninger ved

at forbruge el fra vedvarende frem for fossile kilder (f.eks. fra vindmøller snarere end kulfyrede kraftværker).

Den anden strategi er at opkøbe compensation eller udligninger fra en tredjepart, som så sænker udledningen uafhængigt af virksomheden. En virksomhed kan for eksempel opkøbe udligninger, som går til at finansiere opførelsen eller driften af en vedvarende energikilde i et udviklingsland, og som kan eliminere fremtidige udledninger fra en fossil energikilde.

MENS BEGGE STRATEGIER sænker de samlede udledninger og bidrager til at afbøde klimaændringer, adskiller de sig på et afgørende punkt, nemlig hvorvidt reduktionerne kan tilskrives ændringer i virksomhedens egen drift eller ej. Det ses derfor ofte, at virksomheder beskriver sammensætningen af de anvendte strategier i deres grønne regnskaber.

Det er værd at bemærke, at der er modsatte holdninger til compensation og udligninger blandt virksomheder og i dagspressen. Tilhængere påpeger, at reducerede udledninger, der er opnået gennem compensation eller udligning, er reelle reduktioner, og at det at mindske udledningerne et sted i verden er med til at bekæmpe klimaforandringerne generelt.

På den anden side mener modstanderne, at udligningerne reelt ikke sænker den globale udledning på langt sigt, og nogle sammenligner udligningerne med tidligere tiders handel med aflad i den katolske kirke: Man tillader, at virksomheder betaler for at dække over deres miljøsynder, uden at de behøver at ændre deres aftryk på miljøet. Derudover hævdes det, at udligninger er billigere og mindre komplicerede end at lave driftsmæssige ændringer, hvilket vækker bekymring om, hvorvidt virksomhederne kompenserer, alene fordi det er billigere og enklere end at ændre på driften.

Det er som regel ledelsen, der bestemmer, i hvilken udstrækning en virksomhed benytter de to strategier for at opnå klimaneutralitet. Lederne handler imidlertid på vegne af virksomhedsejeren, som stiller kapital til rådighed (f.eks. gennem køb af aktier). At forstå og leve op til investorernes forventninger er altafgørende, da det har stor betydning for deres villighed til at investere i virksomheden og dermed også for aktieprisen og virksomhedens værdi.

TIDLIGERE FORSKNING HAR vist, at investorer i stadig større grad presser virksomheder til at være mere bæredygtige og til at reducere deres klimaaftryk. Investorernes opmærksom-

Klodens miljø er under stigende pres, og klimaforandringer, forårsaget af en øget udledning af drivhusgasser, er et af de mest presserende problemer. Faktisk anser EU klimaforandringer og forringelser af miljøet for at være en eksistentiel trussel mod Europa og resten af verden.

En af hovedårsagerne til udledningen af



Magasin direkte til alle VIRKSOMHEDER

Ved annoncering kontakt

Ejvind Bruus
på telefon 6545 5370



Danmarks flotteste magasin

JULEFROKOST

udkommer 16. september 2021

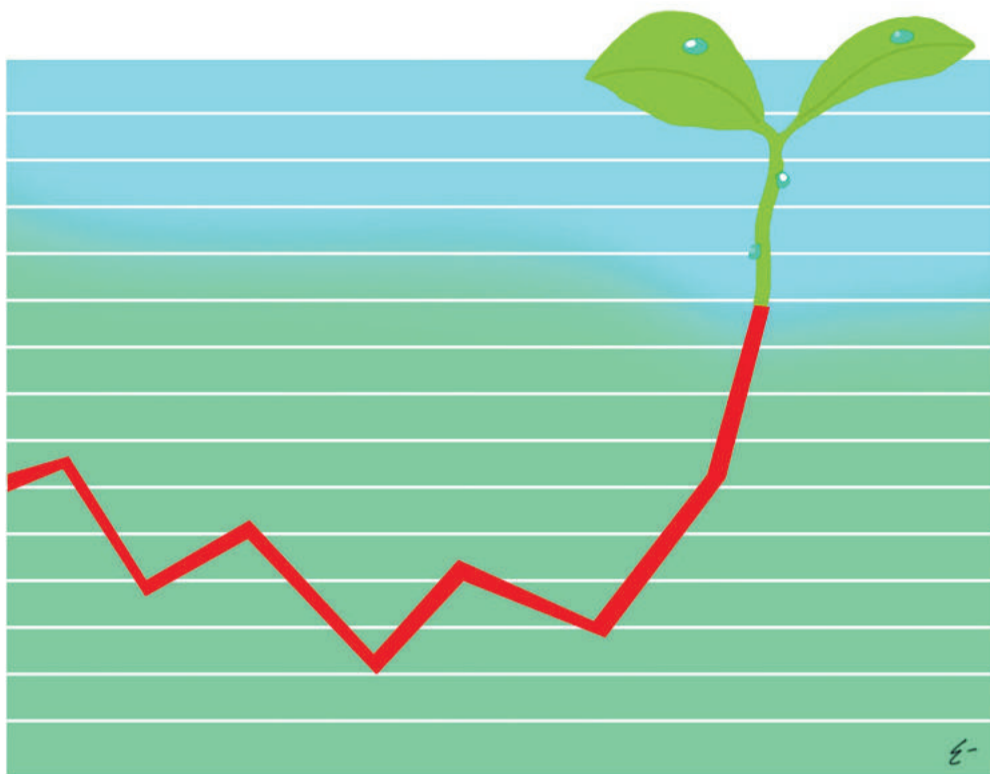
Eksklusivt julefrokostmagasin omdeles til alle virksomheder på Fyn, i Vest-, Syd-, Østjylland og i Storkøbenhavn

Synlig på nettet...
Magasinerne udgives også som e-avis på avisernes nyhedssites - både for abonnenter og ikke-abbonenter.



Magasinet udkommer i 5 udgaver - forhør på specialtilbud ved flere udgaver

- Fyn
- Sydjylland
- Vestjylland
- Østjylland
- Storkøbenhavn



hed på de risici, som klimaforandringer skaber for virksomhedernes aktiviteter, øger presset på virksomhederne for at sænke og fremlægge oplysninger om deres udledninger.

Selvom tidligere forskning peger på, at størrelsen af virksomhedernes udledninger er omvendt proportional med den værdi, som investorer tillægger disse virksomheder, tyder andre studier på, at virksomheder kan have gavn af at offentliggøre oplysninger om deres udledninger, ikke mindst fordi de derved undgår at blive straffet af markedet for at hemmeligholde oplysninger. Alt i alt viser forskningen, at virksomheder kan forbedre deres økonomiske værdi ved at reducere deres udledninger og rapportere relevante oplysninger.

I ET NYT studie har jeg og mine medforfattere undersøgt, hvorvidt det spiller en rolle for investorer, om virksomheder primært foretager driftsmæssige forandringer eller opkøber kompensationer eller udligninger, når de vil sænke deres udledning af drivhusgasser. Det ser ud til at have en betydning, i det mindste for private investorer, der ikke arbejder professionelt med investeringer.

I en spørgeskemaundersøgelse, der skulle undersøge deltagerne adfærd i forbindelse med et investeringsscenario, bad vi deltagerne forestille sig, at de var private investorer. I investeringsscenarioet skulle deltagerne evaluere en fiktiv virksomheds bæredygtige præstationer og derefter bedømme virksomhedens aktieværdi, før og efter at de havde set offentliggjorte oplysninger om dens strategi for at sænke udledningen af drivhusgasser.

Resultaterne viser, at når en virksomheds tidligere bæredygtighedsperformance ligger under middel for sin branche, afhænger deltagerne værdiansættelse af, hvilken strategi virksomheden bruger til at sænke sin udledning af drivhusgasser. Specielt når strategien lægger vægt på opkøb af kompensationer og udligninger, vurderer deltagerne virksomheden som mindre socialt og miljømæssigt ansvarlig og vurderer virksomhedens værdi lavere, end når strategien fokuserer på driftsmæssige ændringer.

Men når en virksomheds tidligere indsats for bæredygtighed er over middel, adskiller deltagerne vurderinger sig ikke, uanset hvilken strategi virksomheden har fulgt for at reducere sin udledning af drivhusgasser.

“ For virksomhederne kan det derfor være en fordel tydeligt at fortælle i de grønne regnskaber, hvorfor de gør brug af udligning eller kompensation på deres vej mod at blive klimaneutrale.

VORES RESULTATER TYDER derfor på, at investorer forventer, at mere forurenende virksomheder bør omlægge til en mere miljøvenlig drift, før de begynder at investere i eksterne bæredygtige aktiviteter. Resultaterne kan give virksomheder et mere kvalificeret grundlag at handle ud fra, både når de skal offentliggøre deres indsatser eller beslutte sig for at investere i strategier, som mindsker udledningen.

Her til slut er det vigtigt at anerkende, at det for mange virksomheder vil være praktisk umuligt at blive klimaneutrale uden udligning, f.eks. fordi deres økonomiske aktiviteter stadig vil producere udledninger, også efter at alle rimelige driftsmæssige forandringer er foretaget. For virksomhederne kan det derfor være en fordel tydeligt at fortælle i de grønne regnskaber, hvorfor de gør brug af udligning eller kompensation på deres vej mod at blive klimaneutrale.

Forskningsresultaterne, som præsenteres i denne kronik, stammer fra artiklen “The Influence of Firms’ Emissions Management Strategy Disclosures on Investors’ Valuation Judgments” i tidsskriftet *Contemporary Accounting Research* (Vol. 37, Nr. 2, 2020) af J. Johnson, J. Theis, A. Vitalis og D. Young.



Uge	Udgivelsesdato (torsdag)	Annoncdeadline (fredag kl. 9)	Indholdstema [TM02]	Områdetema Fyn [TM01]
1	Ingen udgivelse	Ingen udgivelse		
2	14. januar	08. januar		Kerteminde
3	21. januar	15. januar	Uddannelse & Karriere	
4	28. januar	22. januar		Odense Syd
5	04. februar	29. januar	Produktion & Industri (automation)	
6	11. februar	05. februar		Nyborg
7	18. februar	12. februar	Sikkerhed [IT]	
8	25. februar	19. februar		Faaborg-Midtfyn
9	04. marts	26. marts	Erhvervsbiler (fremtidens firmabil)	
10	11. marts	05. marts		Odense Vest
11	18. marts	12. marts	Byggeri & Anlæg	
12	25. marts	19. marts		Nordfyn
13	01. april	26. marts	Kurser, konferencer og møder (julefrokost)	
14	08. april	Mandag 29. marts		Assens
15	15. april	09. april	Offshore & Maritim (Det Blå Danmark)	
16	22. april	16. april		Midelfart
17	29. april	23. april	Energi, klima og miljø	
18	06. maj	Torsdag 29. april		Odense Nord
19	13. maj	07. maj	Transport & Logistik	
20	20. maj	14. maj		Svendborg
21	27. maj	Torsdag 20. maj	Landbrug & Fødevarer	
22	03. juni	28. maj		Langeland/Ærø
23	10. juni	04. juni	Produktion & Industri (teknologi)	
24	17. juni	11. juni		Trekantområdet
25	24. juni	18. juni	Turisme, hotel og restauration	
26	01. juli	25. juni		Odense Midt
27	08. juli	02. juli	Penge & Økonomi	
28	15. juli	09. juli		Kerteminde
29-31	Ingen udgivelse	Ingen udgivelse		
32	12. august	06. august		Nyborg
33	19. august	13. august	Uddannelse & Karriere	
34	26. august	20. august		Odense Øst
35	02. september	27. august	Offshore & Maritim (Det Blå Danmark)	
36	09. september	03. september		Faaborg-Midtfyn
37	16. september	10. september	Landbrug & Fødevarer	
38	23. september	17. september		Nordfyn
39	30. september	24. september	Byggeri & Anlæg	
40	07. oktober	01. oktober		Assens
41	14. oktober	08. oktober	Julefrokoster & Firmagaver	
42	21. oktober	15. oktober		Midelfart
43	28. oktober	22. oktober	Erhvervsbiler	
44	04. november	29. oktober		Odense
45	11. november	05. november	Energi, klima og miljø	
46	18. november	12. november		Svendborg
47	25. november	19. november	Startup/Scaleup (iværksætteruge)	
48	02. december	26. november		Langeland/Ærø
49	09. december	03. december	Transport & Logistik	
50	16. december	10. december		Trekantområdet
51	23. december	17. december	Penge & Økonomi	
52	Ingen udgivelse	Ingen udgivelse		

Antal læsere: 85.000

erhvervsaktive og/eller -interesserede læsere

+ Udkommer sammen med 2 dagblade: **Fyens Stiftstidende** og **Fyns Amts Avis**

+ Sendes også direkte til 200 udvalgte virksomheder i udgivelsesområdet

+ Digitalt på erhvervplus.dk og som nyhedsmail

+ E-avis på dagbladenes nyhedssites (21.339 unikke e-avislæsere hver måned) – og via appen “Nyhedskiosken”

Mulighed for annoncering i én eller flere regionale udgaver af Erhverv+:

Fyn, Sydjylland, Vestjylland, Østjylland og Storkøbenhavn

Samlet antal læsere: 327.000 erhvervsaktive og/eller -interesserede læsere