

Dialogbaseret Miljøsamarbejde



Malene Damsted

Hans Stubbe Solgaard

Institut for Miljø og Erhvervsøkonomi (IME)

Syddansk Universitet

IME Report 13/11

Dialogbaseret Miljøsamarbejde

Spørgeskemaundersøgelse af Indsats i Region Syddanmark.

Rapporten er udarbejdet af:

*Malene Damsted
Syddansk Universitet*

*Hans Stubbe Solgaard
Syddansk Universitet*

Som en del af projektet Dialogbaseret Miljøsamarbejde



Dialogbaseret Miljøsamarbejde



Vi investerer i din fremtid

Alle rettigheder forbeholdes instituttet (IME). Mekanisk eller fotografisk gengivelse af denne REPORT eller dele heraf er uden instituttets skriftlige samtykke forbudt ifølge gældende dansk lov om op-havsret. Undtaget herfra er uddrag til anmeldelser.

© Syddansk Universitet, Esbjerg og forfatterne, 2011.

Institut for Miljø- og Erhvervsøkonomi
IME REPORT 13/11

ISSN 1399-3232

Malene Damsted
Institut for Miljø- og Erhvervsøkonomi
Syddansk Universitet, Esbjerg
Niels Bohrs Vej 9-10
6700 Esbjerg
Tlf.: 6550 1596
Fax: 6550 1091
Email: mpd@sam.sdu.dk

Hans Stubbe Solgaard
Institut for Miljø- og Erhvervsøkonomi
Syddansk Universitet, Esbjerg
Niels Bohrs Vej 9-10
6700 Esbjerg
Tlf.: 6550 1528
Fax: 6550 1091
Email: hso@sam.sdu.dk

Forord

Denne rapport er udarbejdet i forbindelse med projektet: "Øget udbredelse af dialogbaseret miljøsamarbejde mellem virksomheder og myndigheder som et redskab til bæredygtig erhvervsudvikling".

Projektet er støttet af den Europæiske regionalfond i perioden og ledet af MiljøForum Fyn ved Mogens Michael Møller. De øvrige deltagere har været Grønt Netværk Sønderjylland, Miljønetværk Syd og Green Network.

Nærværende rapport er udarbejdet af ph.d. studerende Malene Damsted og professor Hans Stubbe Solgaard og kommenteret af undertegnede. I rapporten undersøges primært ikke-medlemsvirksomheders indsatser indenfor miljø, klima og CSR, herunder hvilke faktorer der påvirker virksomhedernes indsatser. Der er gennemført en spørgeskemaundersøgelse, som danner grundlag for rapportens resultater og konklusioner. Rapporten peger på at virksomhederne arbejder mest indenfor miljø mens indsatsen indenfor klima og CSR er nogenlunde ens. De to faktorer der påvirker indsatsen mest er lovgivning og effektiviseringer (dvs. økonomisk gevinst).

Esbjerg December 2011

Professor Niels Vestergaard

Projektleder for Syddansk Universitet

Indholdsfortegnelse

Forord	5
Introduktion.....	9
Kort om undersøgelsens opbygning.....	9
Statistiske Nøgletal	12
Miljø – Nøgletal	12
Klima – Nøgletal.....	12
CSR – Nøgletal	13
Nøgletal for Andre Indsatser og Certificeringer	14
Analyse af Resultater.....	14
Vurdering af betydningen af den Nutidige Indsats	15
Hvem har indflydelse på indsatser/initiativer	16
Hvilke krav oplever virksomheder fra leverandører.....	16
Hvilke krav oplever virksomheder fra kunder	17
Vigtigheden af nuværende indsatser	17
Hvad er drivkræfterne bag virksomhedens nuværende indsatser.....	18
Lovgivning som Drivkraft	19
Effektiviseringer som Drivkraft.....	19
Virksomhedens Værdier som Drivkraft	19
Kunder som Drivkraft	19
Samlet om Drivkræfter	19
Er der pres på virksomhederne til at yde en indsats?	19
Virksomhedernes Fremtidige Indsats.....	21
Kendskab til Miljønetværkene.....	23
Sammenfatning af Resultater	25
Bilag	27
Bilag 0.1 Spørgeskema.....	27
Bilag 1.1 Eksempler på miljøinitiativer og/eller indsatser på miljøområdet.....	32
Bilag 1.2 Eksempler på klimainitiativer og/eller indsatser på klimaområdet.....	33
Bilag 2.1 Kryds for Miljø, Klima og CSR.....	34
Bilag 2.2 Proxy variabel Indsats/interesse.....	35
Bilag 2.3 Drivkræfter, yderligere materiale	36

Introduktion

Denne rapport er udarbejdet som et led i projektet Dialogbaseret Miljøsamarbejde, som er et projekt mellem miljønetværkene i Region Syddanmark og Institut for Miljø- og Erhvervsøkonomi ved Syddansk Universitet. Rapporten diskuterer resultaterne af en spørgeskemaundersøgelse blandt virksomheder i regionen. Rapporten starter med en kort oversigt over undersøgelsens opbygning samt statistiske nøgletal. Dernæst følger analyse af resultaterne og en diskussion omkring den forventede fremtidige indsats. En kort sammenfatning gives til sidst hvor de mest fremtrædende resultater og konsekvenser heraf fremstilles.

Kort om undersøgelsens opbygning

Spørgeskemaundersøgelsen¹ er lavet med udgangspunkt i lister fra hvert af de fire miljønetværk med cirka 100 virksomheder på hver liste. Stort set alle virksomhederne på listerne var under undersøgelsen klassificeret som "ikke-medlemmer". Derfra blev virksomhederne én for én kontaktet med henblik på at identificere den person i virksomheden der bedst kunne svare på klima, miljø og CSR spørgsmål og for at opnå accept og e-mail adresse til udsendelsen af spørgeskemaet. Målet var at opnå brugbare² accepter fra cirka 40 virksomheder fra hver liste. Dette mål blev indfriet for Gro Net (45) og Miljønetværk Syd (46) dog blev der kun opnået cirka 25 accepter for hver af Green Network (24) og MiljøForum Fyn (23). Indsamling af accepter fandt sted over en cirka 2 ugers periode og der er ingen tvivl om at en ekstra uge ville have resulteret i indfrielse af målet. Denne indsamling af accepter resulterede i udsendelse af 138 spørgeskemaer. Af de 138 mulige respondenter påbegyndte 72 (52,2 %) spørgeskemaet, 65 (47,1 %) af besvarelsene var brugbare dog var kun 53 (38,4 %) komplette.³ Nedenstående figurer viser først fordelingen af virksomhederne på de fire lister i forhold til kommuner og dernæst fordelingen af virksomhederne med komplette svar på undersøgelsen (altså 53). Analyser og beskrivelser i rapporten er således baseret på op til 65 besvarelser. Der vil i rapporten ikke blive differentieret mellem respondenterne baseret på beliggenhed da dette vil gøre stikprøvestørrelserne unødvendigt små. Det kan dog siges at resultaterne, på baggrund af virksomhedskarakteristikkerne,⁴ med god grund kan generaliseres på tværs af det geografiske område.

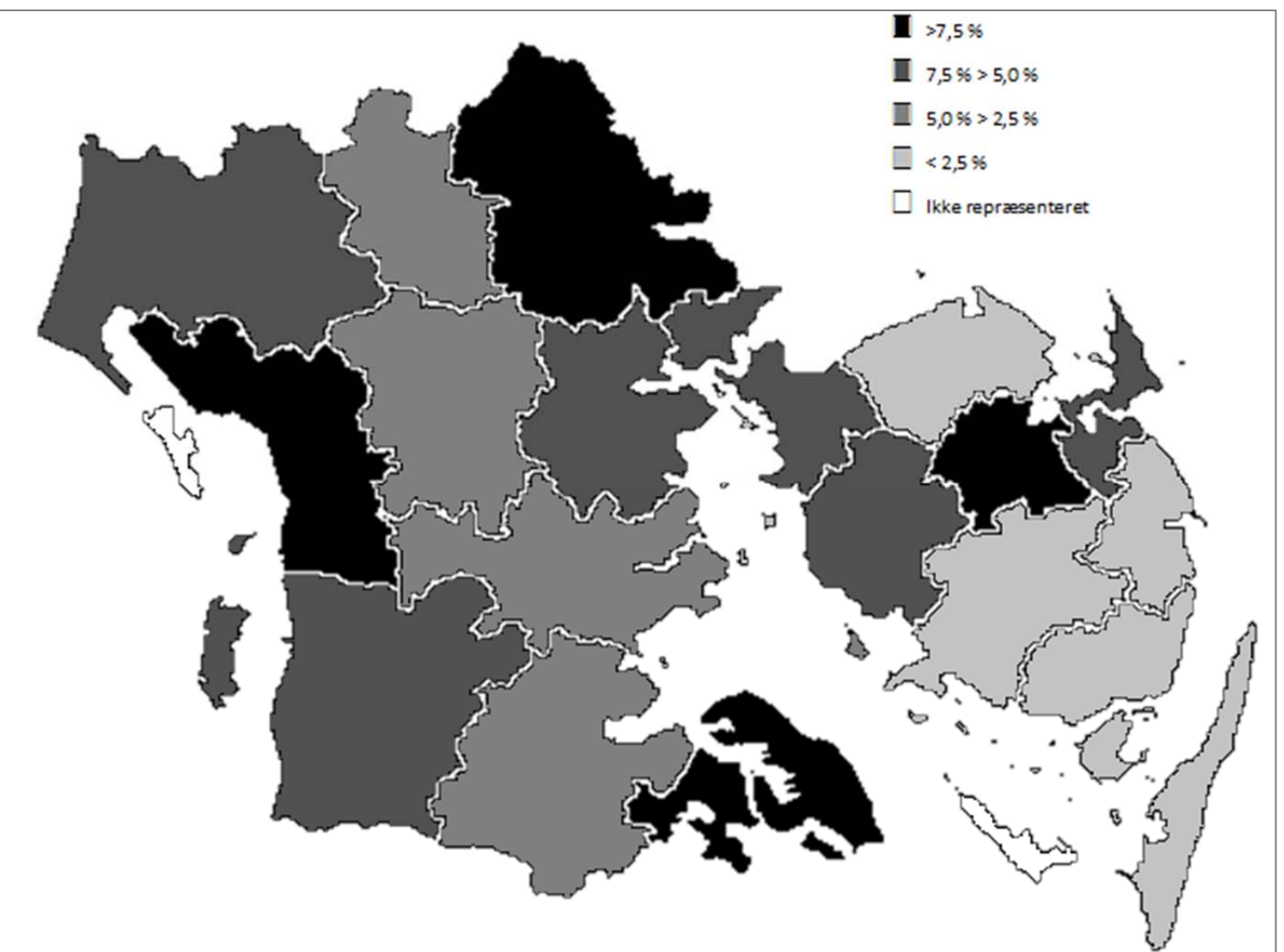
1 Kopi af spørgeskemaet er vedlagt i bilag 0.1.

2 Med brugbar menes gyldig legitim e-mail adresse.

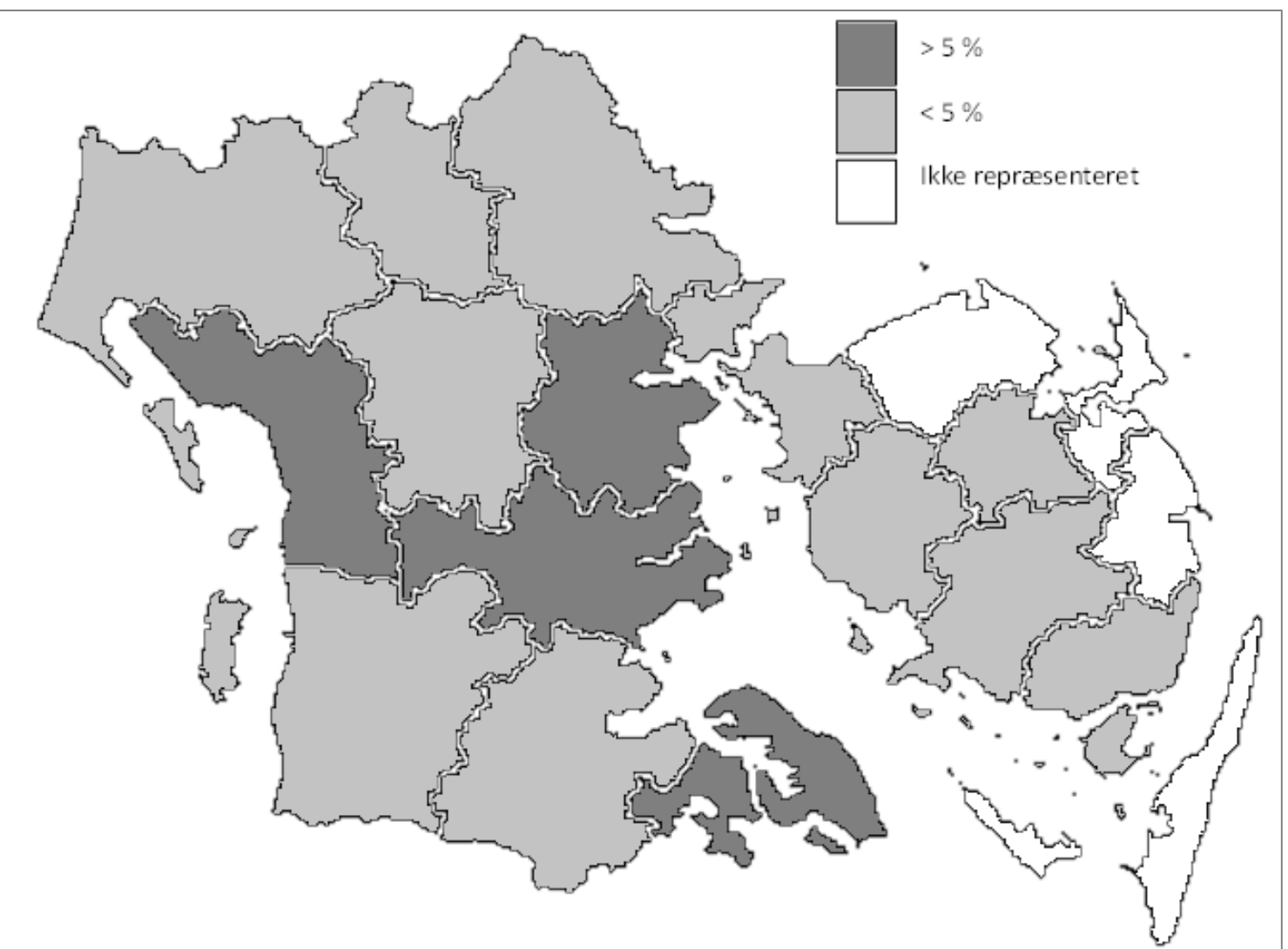
3 12 af de 19 respondenter som påbegyndte undersøgelsen, men som ikke færdiggjorde denne, bliver i undersøgelsen betragtet som brugbare da de i alle tilfælde svarede som minimum på spørgsmålene omkring den nuværende miljøindsats – de resterende 7 blev kasseret da de i bedste fald kun svarede på de indledende kategoriske spørgsmål.

4 Karakteristikker som virksomhedens størrelse, industri osv.

Figur 1 - Udgangspunkt for respondent rekruttering



Figur 2 - Undersøgelsens geografiske dækning



Statistiske Nøgletal

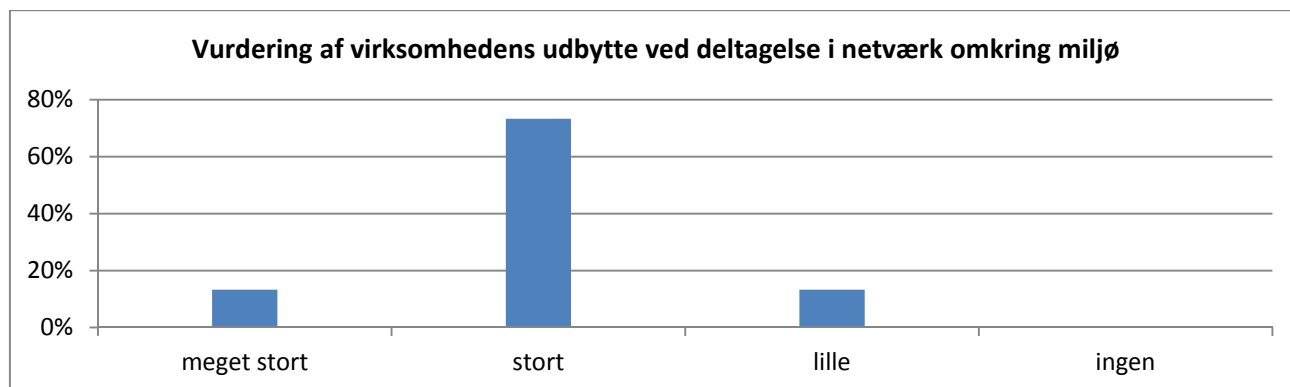
Langt størstedelen af respondentvirksomhederne er produktionsvirksomheder (80 %) med 20-50 ansatte (50 %). Cirka 20 procent med 50-100 ansatte samt 20 procent med over 100 ansatte. Selvom størstedelen i dag har en miljøansvarlig i virksomheden (80 %) er kun knap 20 procent medlem af et miljønetværk hvoraf én virksomhed er medlem af Green Network og én virksomhed er medlem af Miljønetværk Syd,⁵ de resterende miljønetværk identificeret af respondenterne er AM, AMU-Gruppen, Emballage Industrien samt Project Zero.

Miljø – Nøgletal

Tre fjerdedele af respondenterne har i dag konkrete initiativer eller indsatser indenfor miljø mens to tredjedele af de virksomheder som ikke i dag har initiativer eller indsatser er interesseret i at udarbejde og iværksætte sådanne initiativer fremadrettet. Af sådanne initiativer eller indsatser kan nævnes eksempler som affaldssortering, energibesparelser og reducere af støj mm., komplet liste over initiativer og indsatser kan findes i Bilag 1.1.

Der er stor interesse i miljösamarbejde og netværk. Knap 25 procent af virksomhederne deltager allerede i sådanne netværk, formelle som uformelle. Af netværk nævnes AM-gruppen, Asfaltindustrien, kommuner, Dansk Energi, Miljønetværk Syd, Danmark Lim og Farveindustri (Produktmiljøudvalg), Dansk Kemi-Database, Emballageindustriens Miljøudvalg, Green Network, interne netværksgrupper i EU, netværk med underleverandører, Project Zero, miljø konferencer og netværk med miljø som omdrejningspunkt samt Wuppi. Alle respondenter som nævner deltagelse i netværk vurderer at virksomheden får et udbytte af deltagelsen. Figuren herunder viser at langt størstedelen vurderer at virksomheden har meget stort eller stort udbytte af netværksdeltagelse.

Figur 3 - Udbytte af miljønetværk



Af de resterende 75 procent som i dag ikke deltager i netværk omkring miljø er cirka halvdelen interesseret i at gøre dette fremadrettet hvilket tyder på en stigende fokus på miljøområdet. Dette vil blive yderligere diskuteret senere i rapporten.

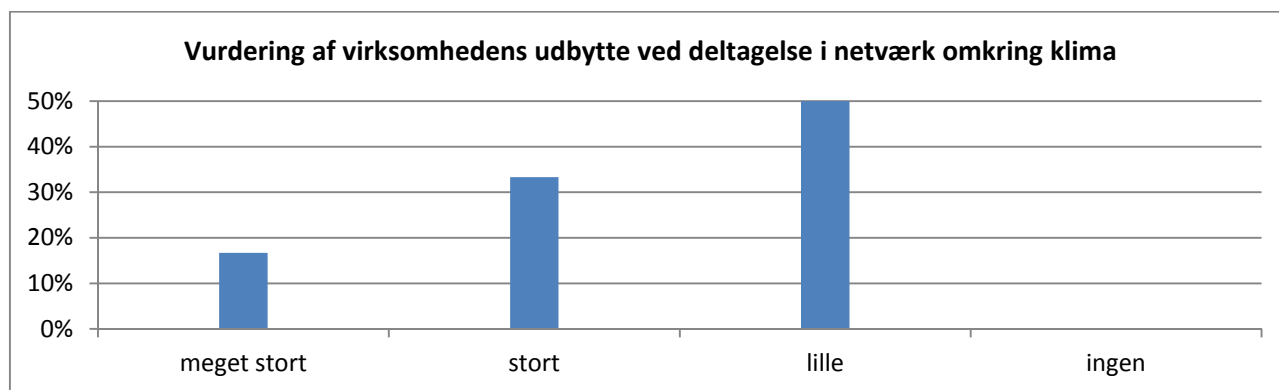
Klima – Nøgletal

Den nuværende indsats indenfor klima er noget mindre end hvad er tilfældet med miljø. Kun cirka ti procent af virksomhederne har udarbejdet en klimapolitik eller klimahandlingsplan mens knap 33 procent indi-

⁵ Umiddelbart var målet at respondenter ikke skulle være medlem af nogle af de fire netværk i projektet.

kerer at virksomheden har konkrete initiativer indenfor klima. De fleste af virksomhederne peger på initiativer såsom fokus på energiforbrug både i form af reduktion af forbrug men også i form af fokus på CO2 udledning og skift til vedvarende energiløsninger/grøn energi. Se Bilag 1.2 for en komplet liste over initiativer og indsatser indenfor klima. Ligesom indsatsen på klima er mindre end for miljø, er den fremtidige interesse for at udarbejde og iværksætte initiativer indenfor klima også en del lavere end for miljø. Kun knap 40 procent af de ikke allerede aktive virksomheder ønsker fremadrettet af arbejde med klimainitiativer. Ti procent af de aktive virksomheder deltager i netværk omkring klima og knap 40 procent af de resterende har interesse i fremadrettet at deltage i sådanne netværk. Af netværk indenfor klimaområdet nævnes Dansk Energi, brancheorganisationer, interne netværk, Project Zero og samarbejde mellem nationale afdelinger. Udbyttet af netværksdeltagelse er også en anelse lavere end for miljønetværkene, hvilket ses i figuren herunder hvor cirka halvdelen identificerer udbyttet af klimanetværk som lille.

Figur 4 - Udbytte af klimanetværk



Som nævnt er der her en mindre interesse for den fremadrettede deltagelse i netværk, dog er der stadig cirka 40 procent af de resterende respondenter som har interesse i at arbejde i netværk fremover. Dette vil ligeledes blive diskuteret senere i rapporten under diskussionen omkring fremtidige indsatser og forventninger.

CSR – Nøgletal

22 procent af virksomhederne har en konkret CSR politik eller handlingsplan for virksomhedens samfundsansvar. Af eksempler på sådanne politikker eller handlingsplaner nævnes blandt andet Sustainability Strategy, Code of Conduct, HSE/QA, Green Steps, sociale arrangementer, arbejdssikkerhed, UN Global Compact, leverandøraudit inkl. CSR, offentlig CSR politik samt DS certificering i Kvalitet, miljø og energi. Af de resterende knap 80 procent af virksomhederne er lidt over halvdelen interesseret i at udarbejde og iværksætte en politik eller handlingsplan på CSR området.

Meget få virksomheder deltager i netværk omkring CSR (under ti procent) hvoraf AM-Gruppen, interne netværk, HR netværk med moderselskab og UN Global Compact nævnes. Alle netværksdeltagende virksomheder opfatter udbyttet af netværk som stort.⁶ Selvom den nuværende deltagelse i netværk omkring CSR er meget begrænset er der forholdsvis stor interesse i fremadrettet netværkssamarbejde blandt respondenterne – cirka 40 procent tilkendegiver at de fremadrettet har interesse i at deltage i netværk omkring virksomhedens samfundsansvar. Den fremadrettede interesse i CSR og netværk vil ligeledes som for

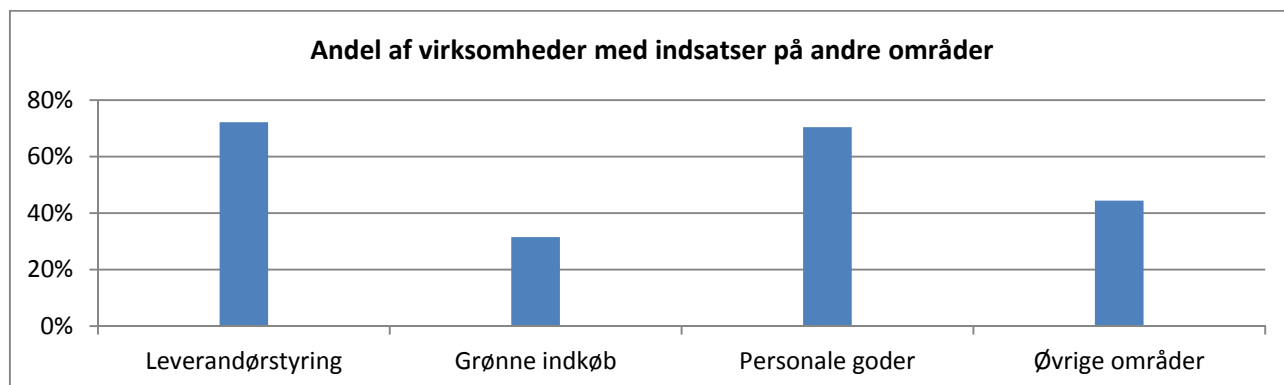
⁶ Bemærk at antallet af respondenter der falder i denne gruppe er lille (n=5).

klima og miljø blive yderligere diskuteret som en del af diskussionen omkring fremtidige indsatser og forventninger.

Nøgletal for Andre Indsatser og Certificeringer

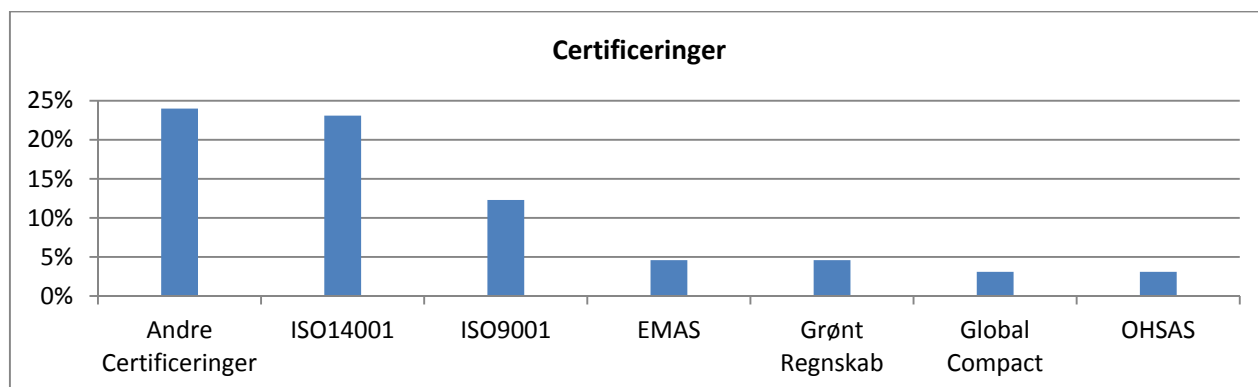
Virksomhederne blev endvidere spurgt til hvorvidt de havde tiltag eller indsatser på en række andre områder. Dette er summeret i figuren nedenfor hvor det ses at især indsatser indenfor leverandørstyring og personale goder er hyppige.

Figur 5 - Andel af virksomheder med indsatser på andre områder



Endvidere blev virksomhederne bedt om at identificere hvilke miljø/klima/CSR certificeringer virksomheden har, fra nedenstående figur er den mest populære certificering ISO14001 mens certificeringer som SA8000 og CSR-kompasset ikke er repræsenteret.

Figur 6 - Virksomhedernes Certificeringer



Dette afsnit har belyst elementære nøgletal fra undersøgelsen som i det følgende vil blive brugt sammen med yderligere dele af datamaterialet for at give et mere helhedsorienteret billede af resultaterne.

Analyse af Resultater

Udover isolerede nøgletal er det ofte interessant og brugbart at kigge på svar til flere spørgsmål af gangen. For eksempel viser undersøgelsen ikke alene, som allerede pointeret, at miljø er det område hvor der er størst interesse (enten i form af nuværende indsats eller fremadrettet interesse), den viser endvidere at virksomheder først tænker miljø og dernæst klima og/eller CSR. Dette kan ses ved at undersøge sammenhænge mellem de nuværende interesser på de tre områder. Det kan her fremhæves at samtlige respon-

denter som tilkendegav indsats på klima området også har indsats på miljø området og 92 procent af virksomhederne med nuværende indsats på CSR området ligeledes har indsats indenfor miljø. Ligeledes viser undersøgelsen at virksomheders indsats på klima og CSR ofte er relateret i den forståelse at enten har virksomheden indsats både på CSR og klima ellers har den hverken indsats på CSR eller Klima.⁷

I de følgende afsnit vil vi kigge nærmere på hvordan virksomhederne blandt andet opfatter presset fra en række interessenter i forhold til arbejdet indenfor miljø, klima og CSR, hvilken mængde af indflydelse de enkelte interessentgrupper har på virksomhedens initiativer og indsats, hvilke krav leverandører og kunder stiller samt analysere hvad der er de vigtigste drivkræfter bag virksomhedernes nuværende indsats. Til brug til disse analyser er lavet en proxy variabel som har til hensigt at måle en virksomheds nuværende indsats eller deres interesse for fremtidig indsats på miljø, klima og CSR. Se bilag 2.2 for detaljerne omkring sammensætningen af denne proxy variabel som her kaldes IIP (Indsats/Interesse Proxy). IIP er en kategorisk variabel med 3 kategorier som vist i tabellen herunder, hvor "ingen/lille" betyder at virksomheden har meget få (på maksimum et område) eller ingen indsats eller interesse for fremtidige indsats imens "mellem" betyder at virksomheden har indsats eller interesse på en eller flere af områderne men ikke alle imens "stor" betyder at virksomheden har indsats eller interesse på stort set alle områder, se eventuelt bilag 2.2 for mere specifikke differentieringer.

Tabel 1 - IIP Frekvenstabel

IIP			
	Frekvens	Procent	Kum. Procent
1 – Ingen/lille	10	24.6	24.6
2 – Mellem	25	38.5	63.1
3 – Stor	24	36.9	100.0
Total	65	100.0	

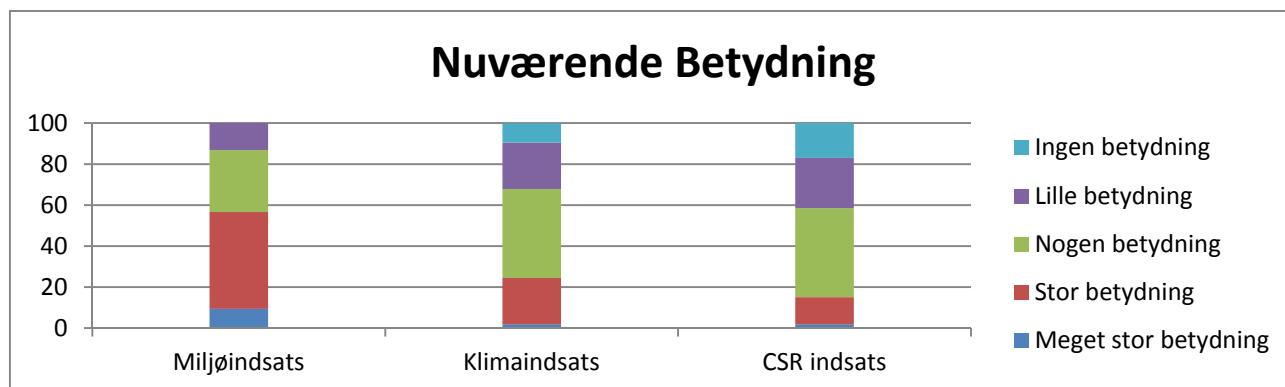
Vurdering af betydningen af den Nutidige Indsats

Udover de direkte spørgsmål til miljø, klima og CSR indsats, netværk osv. blev respondenterne endvidere spurgt til hvor stor en betydning miljø, klima og CSR på nuværende tidspunkt har for virksomheden. Spørgsmålene blev målt på en 5-punkts Likert skala.⁸ Figuren herunder viser et overordnet billede på tværs af virksomhederne.

⁷ Baseret på chi-i-anden, se bilag 2.1.

⁸ Hvilken betydning har nedenstående områder for virksomheden i dag? 1 = Meget stor betydning, 2 = stor betydning, 3 = nogen betydning, 4 = lille betydning og 5 = ingen betydning.

Figur 7 - Betydning af Indsats

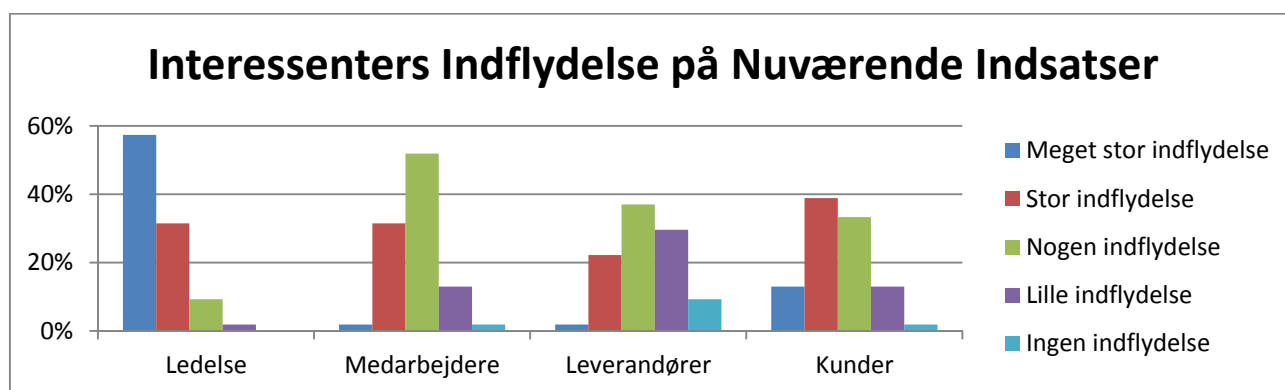


Det er tydeligt at se at miljø også her fremstår som det vigtigste område for virksomhederne af de tre, dernæst kommer klima og til sidst CSR. Der er ikke belæg for at differentiere imellem IIP grupperingerne.

Hvem har indflydelse på indsatser/initiativer

Virksomhederne blev bedt om at vurdere hvor stor en indflydelse følgende interessenter har på den nuværende indsats indenfor miljø, klima og CSR.⁹ For interessentgrupperne ledelse, medarbejdere og leverandører var der ikke signifikante forskelle i forhold til virksomhedens IIP score imens der for interessentgruppen kunder er signifikant forskel i forhold til virksomhedens IIP. Generelt om de fire interessentgruppers indflydelse kan det ses i nedenstående figur at ledelsen har størst indflydelse på de nuværende indsatser efterfulgt af kunder, medarbejdere og til sidst leverandører.

Figur 8 - Interessenters Indflydelse



Som nævnt er der signifikante forskelle på kundernes indflydelse på virksomhedens indsatser hvis vi samtidig betragter virksomhedens niveau af indsats (IIP). Hvis vi ser nærmere på vurderingerne fra virksomhederne med de højeste IIP scores, ser vi at cirka 30 procent af dem vurderer at deres kunder har meget stor indflydelse på de nuværende indsatser imens ingen af virksomhederne med lavere IIP vurderer dette.

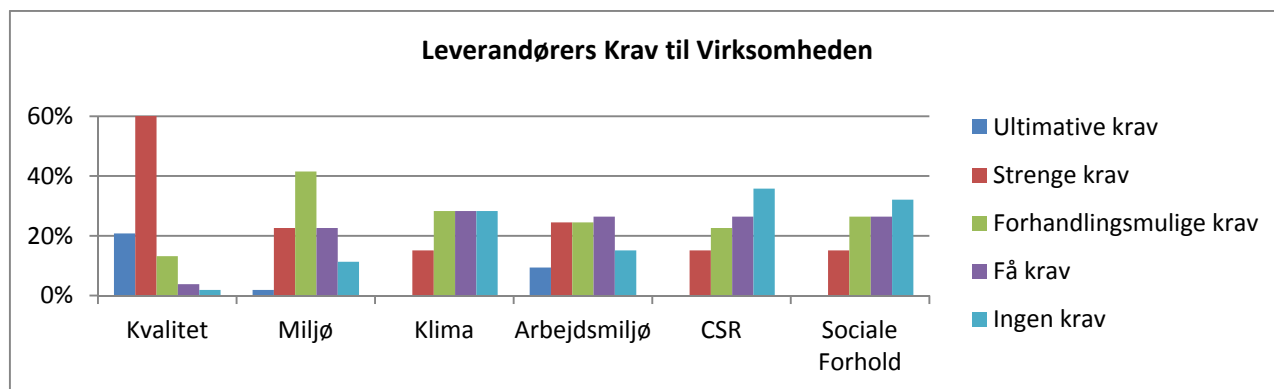
Hvilke krav oplever virksomheder fra leverandører

For at yderligere specificere leverandører og kunders pres på virksomhederne blev respondenterne spurgt om at vurdere hvilken slags krav deres leverandører og kunder stiller til dem på seks forskellige faktorer.

⁹ Målt på en Likert-skala fra 1 til 5 hvor 1 er meget stor indflydelse og 5 er ingen indflydelse.

Her først resultatet af leverandørernes krav. Generelt, og ikke overraskende ovenstående figur taget i betragtning, er der ingen forskel at finde på tværs af IIP scorerne når det kommer til leverandørkrav. Respondenterne blev spurgt om leverandørernes krav til virksomheden¹⁰ i forbindelse med kvalitet, miljø, klima, arbejdsmiljø, CSR samt sociale forhold. Nedenstående figur summerer respondenters vurderinger. Kvalitetssikring virker som det overskyggende mest vigtige ved leverandørkrav dernæst følger miljø og arbejdsmiljø, og endeligt klima, CSR og sociale forhold. Hvilket igen peger på eller understøtter at miljøindsatsen er det vigtigste område¹¹ for virksomhederne.

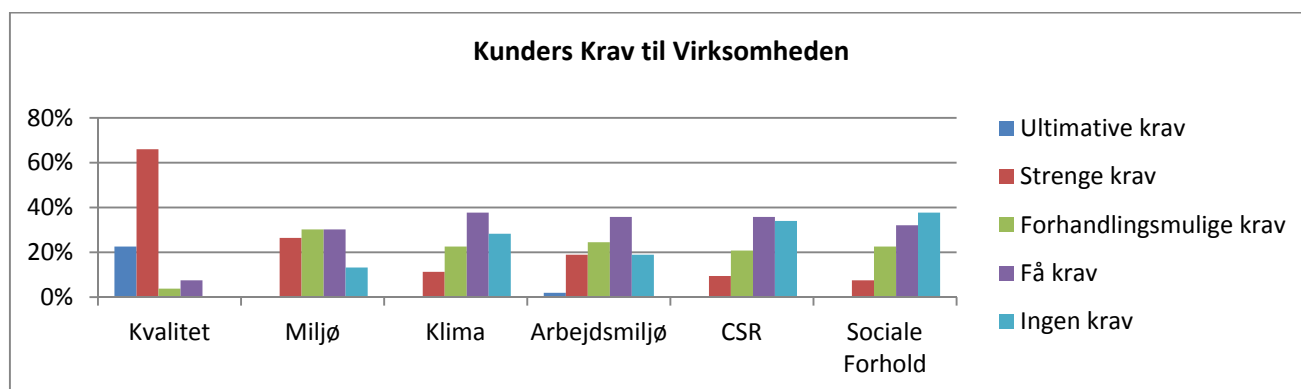
Figur 9 - Leverandørkrav



Hvilke krav oplever virksomheder fra kunder

Respondenterne blev ligeledes bedt om at vurdere hvilke krav virksomhedens kunder stiller på de selvsamme seks områder. Der er svag identifikation i retning af at kravene fra kunder omkring kvalitet er højere for virksomheder med højere IIP. Figuren herunder viser de overordnede træk i vurderingen af kundekrav til virksomhederne. Igen ser vi at virksomheder vurderer kundernes krav til kvalitet som de strengeste krav mens de resterende områder er noget lavere.

Figur 10 - Kundekrav



Vigtigheden af nuværende indsats

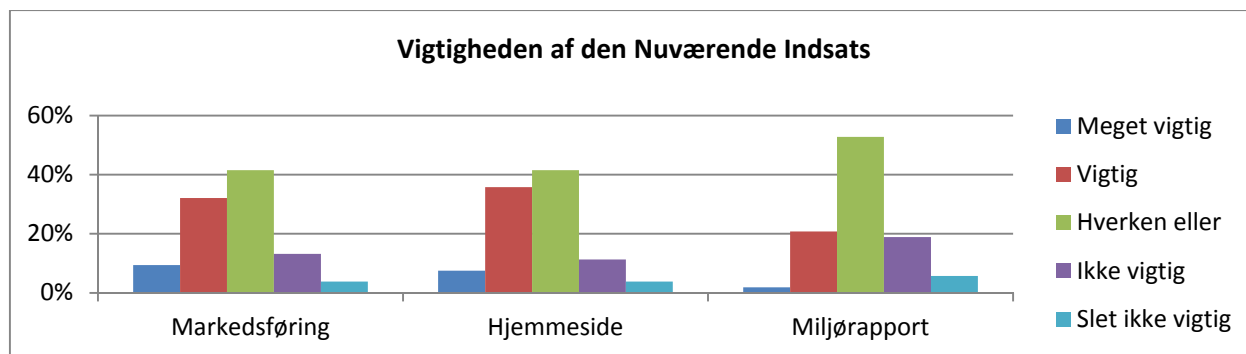
Respondenterne blev spurgt om hvor vigtig deres nuværende indsats er på de tre områder er for markedsføring, hjemmeside, miljørapport og andre aspekter af virksomhedens nuværende aktiviteter. Nedenstående

10 Målt på en Likert-skala fra 1 til 5 hvor 1 er ultimative krav og 5 er ingen krav.

11 Det vigtigste af de tre hovedområder i undersøgelsen, altså miljø, klima og CSR.

de figur summerer for de tre grupper af virksomheder. Som det kan ses på figuren er den nuværende indsats på miljø, klima og CSR ikke umiddelbart opfattet som vigtige for ting som markedsføring, hjemmeside og miljørapport.

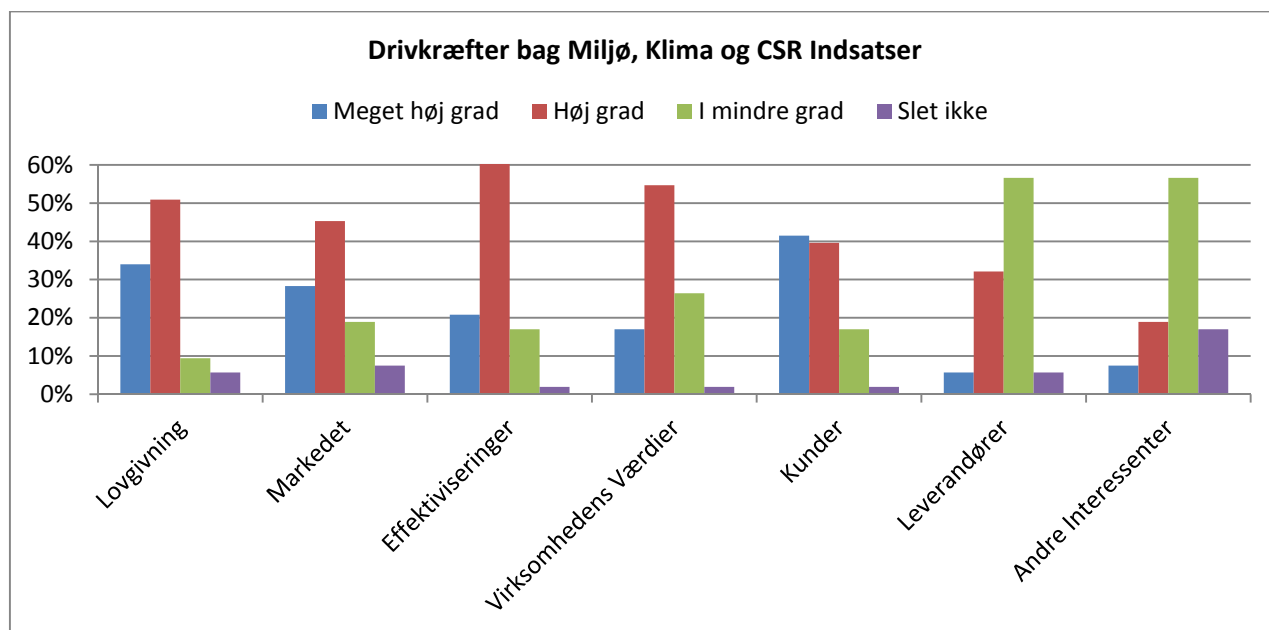
Figur 11 - Nuværende Indsats: vigtighed



Hvad er drivkræfterne bag virksomhedens nuværende indsats

Hvis ikke det er markedsføring og image eller miljørapporten som indsatserne er vigtige for, hvad er så drivkræfterne bag virksomhedernes indsats? Da virksomhederne blev spurgt om i hvor høj grad forskellige aspekter var drivkræfter for virksomhedens indsats, begyndte der er at danne sig et billede hvor de forskellige niveauer af indsats (IIP) blev mere tydelige. Respondenterne skulle forholde sig til hvorvidt Lovgivning, Markedet, Effektiviseringer, Virksomhedens Værdier, Kunder, Leverandører og Andre Interessenter er drivkræfter bag virksomhedens indsats. Den nedenstående figur summerer vurderingerne for alle respondenter samlet. Det samlede billede giver et indtryk af at især lovgivning, markedet, effektiviseringer, virksomhedens værdier og kunder danner grundlag for de nuværende indsats.

Figur 12 - Drivkræfter bag Indsats



Når vi kigger nærmere på lovgivning, markedet, effektiviseringer, virksomhedens værdier og kunder som drivkræfter er vi derfor interesseret i at vide om der er forskelle afhængig af hvor aktiv virksomheden er

eller ønsker at være (IIP). Undersøgelsen viser at lovgivning, effektiviseringer, virksomhedens værdier og kunder er drivkræfter i forskellige grader for de tre IIP grupperinger. Hvorimod der ikke er statistiske beviser for det samme ved markedet som drivkraft.¹² For de statiske tabeller henvises til Bilag 2.3.

Lovgivning som Drivkraft

For lovgivningen viser undersøgelsen at IIP klasse 3 (de mest aktive) vurderer lovgivning som en større drivkraft end henholdsvis IIP klasse 2 og IIP klasse 1. Der er endvidere også signifikant forskel på IIP klasse 2 og IIP klasse 3. Dette kunne tyde på at lovgivningsmæssige krav især er med til at danne grundlag for miljø, klima og CSR indsats.

Effektiviseringer som Drivkraft

Når vi undersøger effektiviseringer som drivkræfter ser vi at der igen er forskel på om virksomheden yder eller er interesseret i at yde en stor indsats indenfor miljø, klima og eller CSR. IIP klasse 1 (den med mindst indsats/interesse) vurderer konsekvent at effektiviseringer i lavere grad er drivkraft for virksomhedens indsats. Derimod viser undersøgelsen at IIP klasserne 2 og 3 (mellem og stor) konsekvent indikerer at effektiviseringer i højere grad er en drivkraft for miljø, klima og eller CSR indsatsen.

Virksomhedens Værdier som Drivkraft

Ligeledes er der ved virksomhedens værdier tegn på at især IIP klasse 3 vurderer værdier som en bærende drivkraft for virksomhedens nuværende eller fremtidige indsats. Det vil sige at virksomheder, der yder indsats på flere områder eller har interesse for dette i særdeleshed opfatter arbejde med miljø, klima og CSR som en del af virksomhedens værdier.

Kunder som Drivkraft

Når det kommer til kunder som drivkraft så vi ligeledes, at dette på tværs af IIP grupperingerne forekom som en vigtig drivkraft. Når datamaterialet undersøges nærmere ses det yderligere IIP klasserne 2 og 3 vurderer denne drivkraft stærkere end IIP klasse 1. Dog vurderer alle tre klasser generelt kunder som en drivkraft i højere grad.

Samlet om Drivkræfter

Denne analyse af drivkræfter bag miljø, klima og CSR indsatsen eller interessen herfor viser at især lovgivning, marked, effektiviseringer, værdier og kunder generelt opfattes som stærke drivkræfter. Når der differentieres for virksomhedernes indsats ses det yderligere, at lovgivning, effektiviseringer, værdier og kunder vurderes som endnu stærkere drivkræfter jo mere engageret virksomheden er i miljø, klima og CSR arbejde eller hvor stor en interesse de har i dette. Resultaterne tyder på at områder som lovgivning og finansiell gevinst (effektiviseringer) er vigtige i beslutningen om at yde en indsats for miljø, klima og CSR. Dette kan derfor med fordel fremhæves i markedsføringen af miljønetværk.

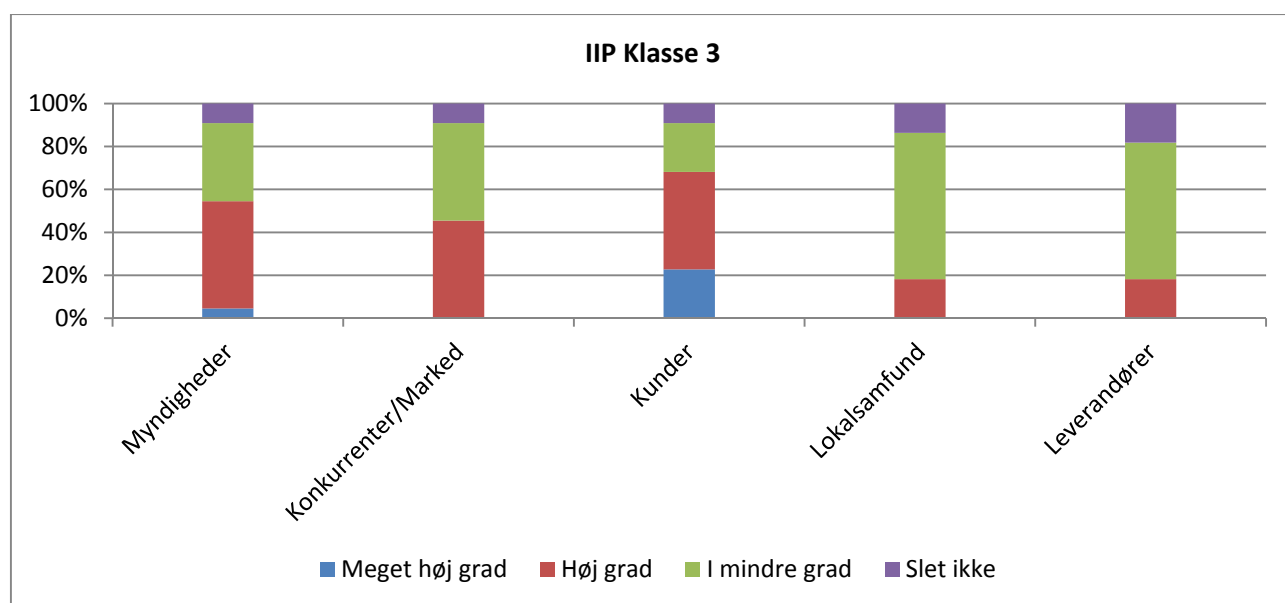
Er der pres på virksomhederne til at yde en indsats?

Endvidere blev virksomhederne spurgt om, om de i forhold til deres nuværende og fremtidige indsats oplever pres fra f.eks. kunder, leverandører, lokalsamfund, myndigheder og konkurrenter/marked. Responden-

12 I det markedet tydeligt bliver belyst som en vigtig drivkraft på tværs af IIP grupperinger kan det tyde på at der for virksomheder med lavere indsats eller lavere interesse for fremtidig indsats er en markedssituation der gør at virksomheden yder mindre indsats (og derved bliver markedet en drivkraft for en relativ mindre indsats for denne gruppe).

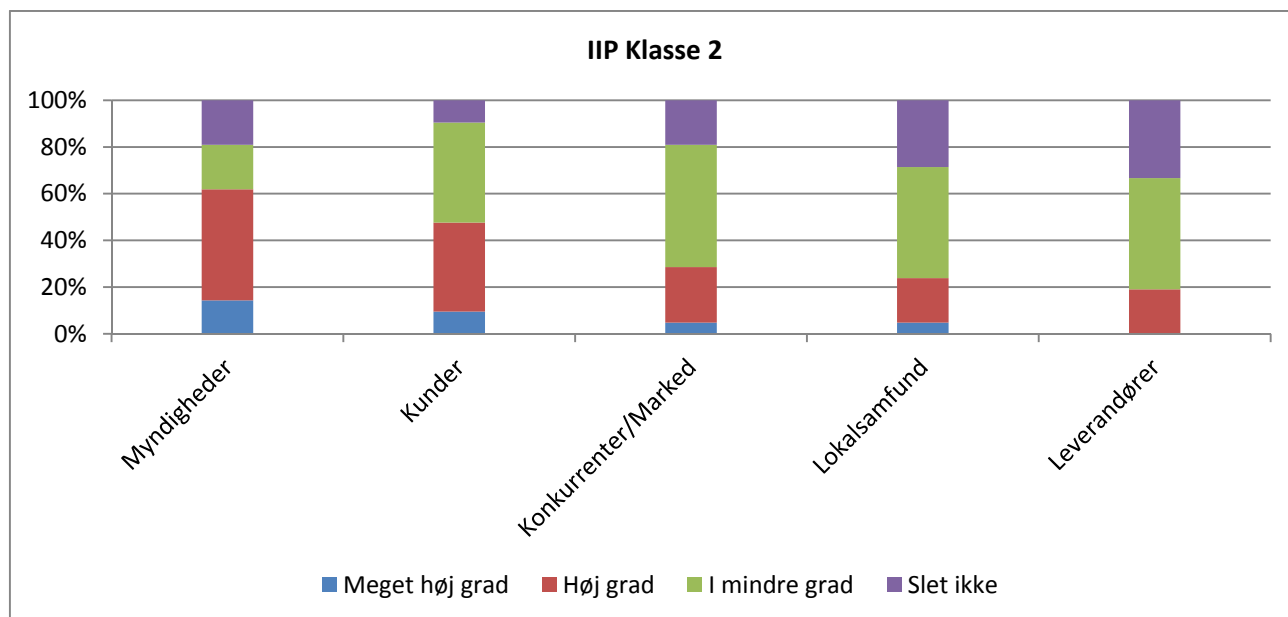
terne blev bedt om at evaluere presset fra disse grupper på en skala fra 1 til 5.¹³ Nedenstående tre figurer viser, for hver IIP Klasse, i hvilken grad interessentgruppen yder pres på virksomheden i forhold til deres nuværende eller fremtidige indsats. Det ses på tværs af grupperingerne, at der er enighed om, at myndighederne udøver det største pres, hvilket harmonerer med ovenstående diskussion omkring lovgivning som drivkraft. Dernæst ses konkurrenter og marked som interessentgruppen med næststørste pres, hvilket både kan opfattes som et markedspress for eller imod fokus på miljø, klima og CSR. Endeligt ses kunderne efterfulgt af lokalsamfundet og sidst leverandørerne. Generelt ses det, at et stort antal virksomheder oplever pres i nogen grad (mindre, høj eller meget høj) på tværs af interessentgrupperne.

Figur 13 - Interessentpres på IIP 3

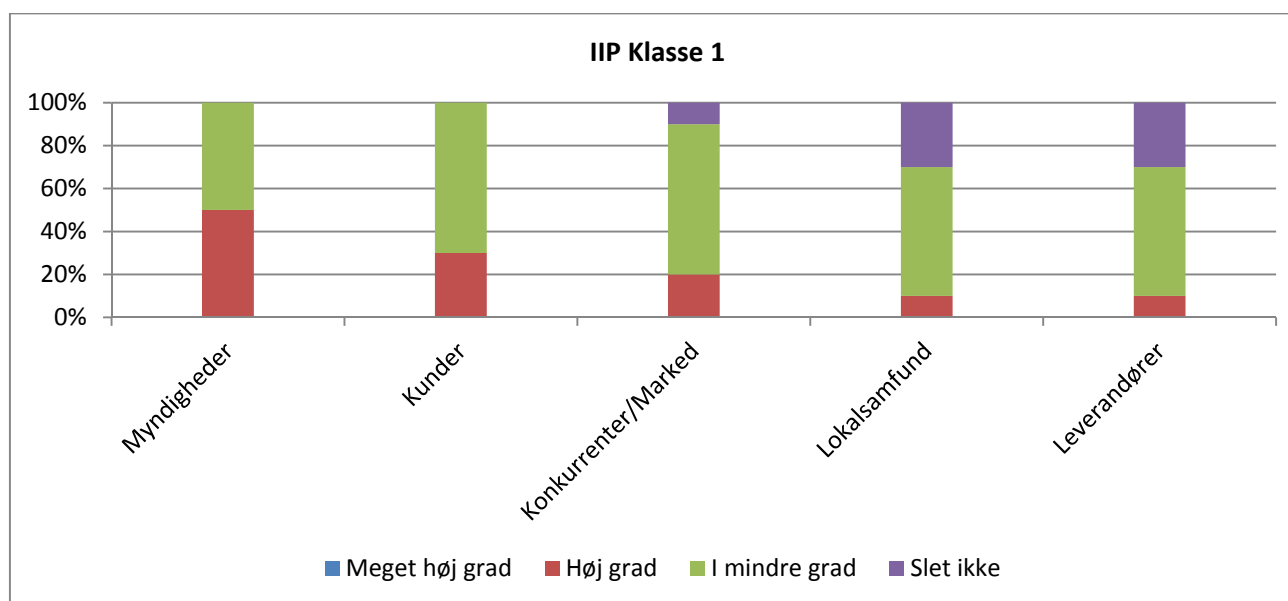


13 I forhold til virksomhedens nuværende og fremtidige indsats, i hvilken grad opleves pres fra nedenstående interessenter? 1 = meget høj grad, 2 = høj grad, 3 = I mindre grad, 4 = slet ikke.

Figur 14 - Interessentpres på IIP 2



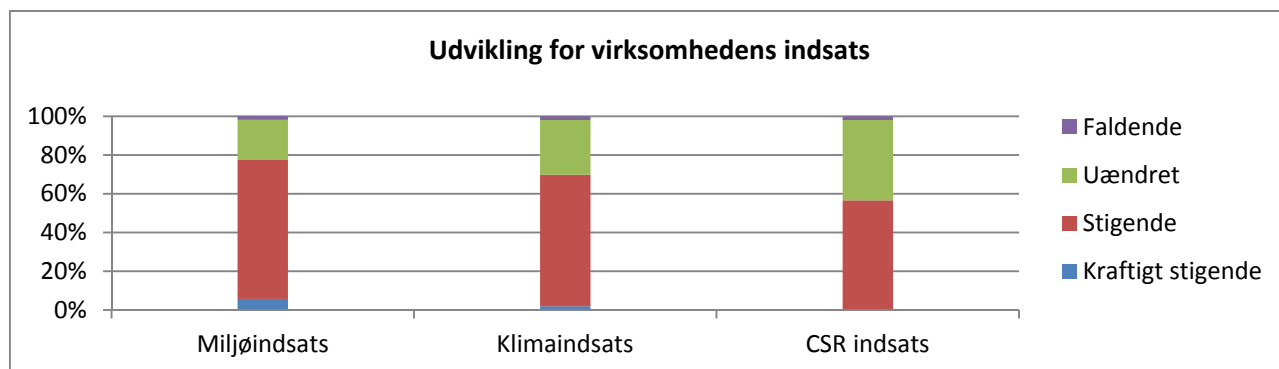
Figur 15 - Interessentpres på IIP 1



Virksomhedernes Fremtidige Indsats

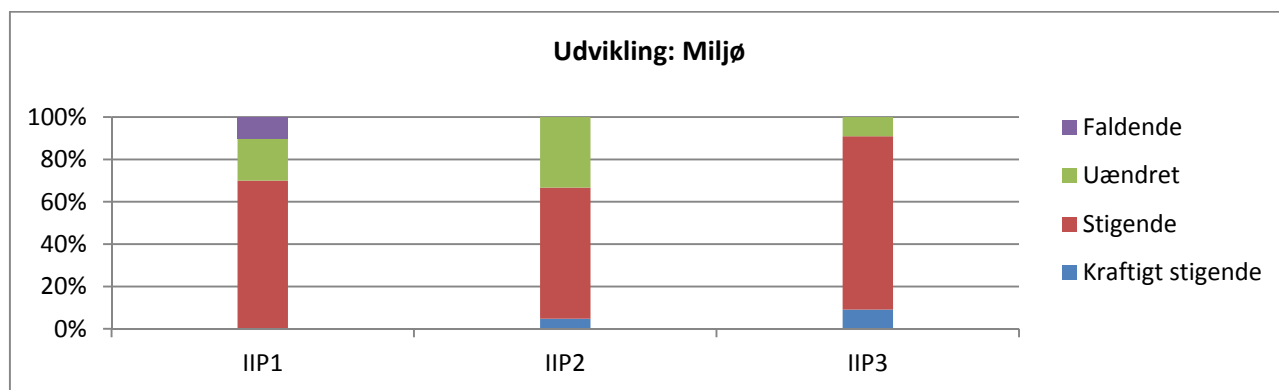
I forhold til hvad virksomheden forventer fremadrettet, blev respondenterne bedt om at give en prognose for udviklingen af virksomhedens arbejde på de tre områder. Nedenstående figur giver et overordnet billede af resultatet.

Figur 16 - Udviklingen for virksomhedens indsats tre år frem



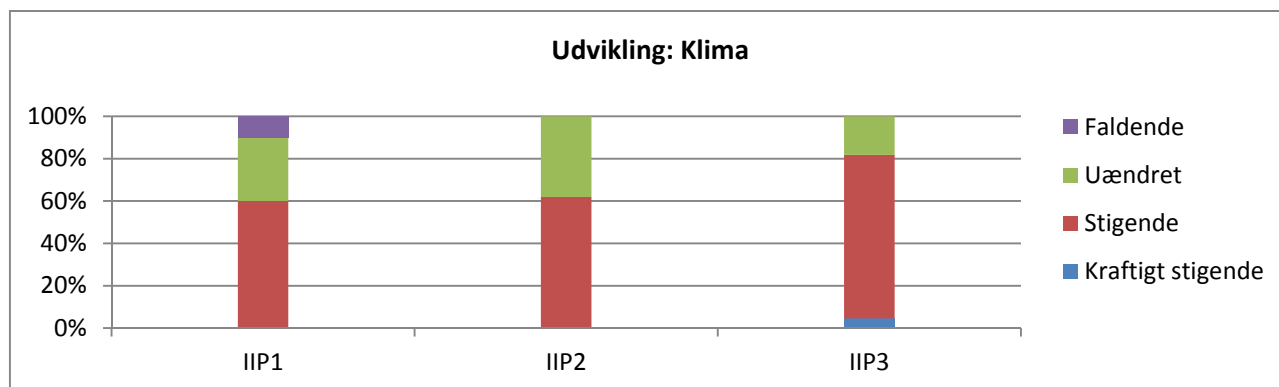
Generelt må det siges at $\frac{3}{4}$ af virksomhederne på trods af deres niveau af nutidig indsats eller interesse vurderer, at de over de næste tre år vil have en stigende indsats på miljøindsatsområdet. Dette gælder for 70 procent af virksomhederne i forhold til klimaområdet og for godt 55 procent af virksomhederne for CSR området. Hvis vi kigger nærmere på den forventede udvikling i forhold til de forskellige IIP klasser ses det at, på miljøområdet ser vi at cirka 70 procent af IIP klasse 1, altså de virksomheder med mindst nuværende indsats eller interesse, faktisk forventer en stigning i arbejdet med miljø tre år frem. Desuden er der knap 70 procent af IIP klasse 2 der vurderer stigende eller kraftigt stigende indsats. Til sammenligning skiller IIP klasse 3 sig ud i form af at cirka 90 procent af virksomhederne venter en stigende eller kraftigt stigende udvikling i forbindelse med miljøarbejdet. Dette kan ses i nedenstående figur.

Figur 17 - Udvikling for miljøindsats



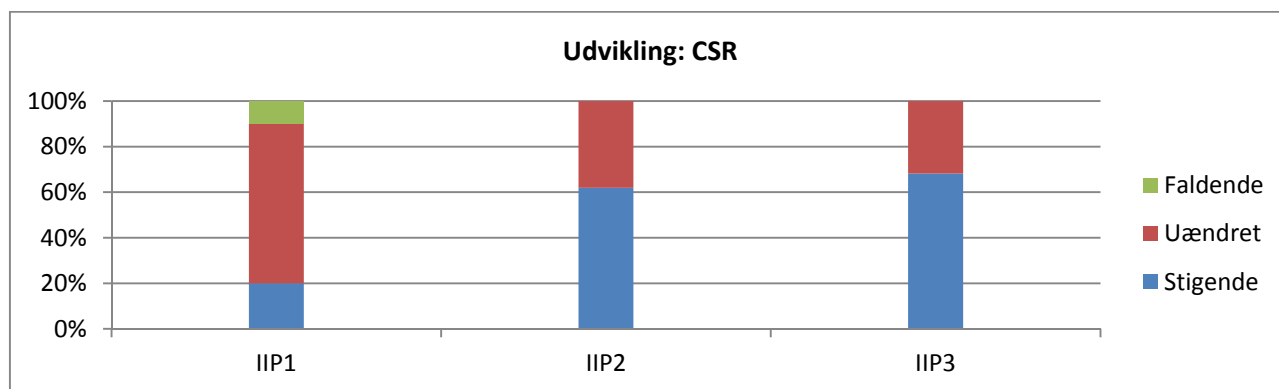
Det ses endvidere i figuren herunder, at cirka 60 procent af IIP klasserne 1 og 2 forventer en stigende udvikling på klimaområdet imens dette er tilfældet for cirka 80 procent af IIP 3 klassen.

Figur 18 - Udvikling for klimaindsats



Når vi kigger på CSR, kan vi igen se at det er her den forholdsvis mindste interesse er. Knap 20 procent af IIP klasse 1 forventer et stigende arbejde med CSR området, ligesom 10 procent af klassen forventer en faldende udvikling på CSR. Cirka 60 procent og 70 procent af henholdsvis IIP klasse 2 og 3 forventer til sammenligning en stigende udvikling i arbejdet med CSR.

Figur 19 - Udvikling for CSR-indsats

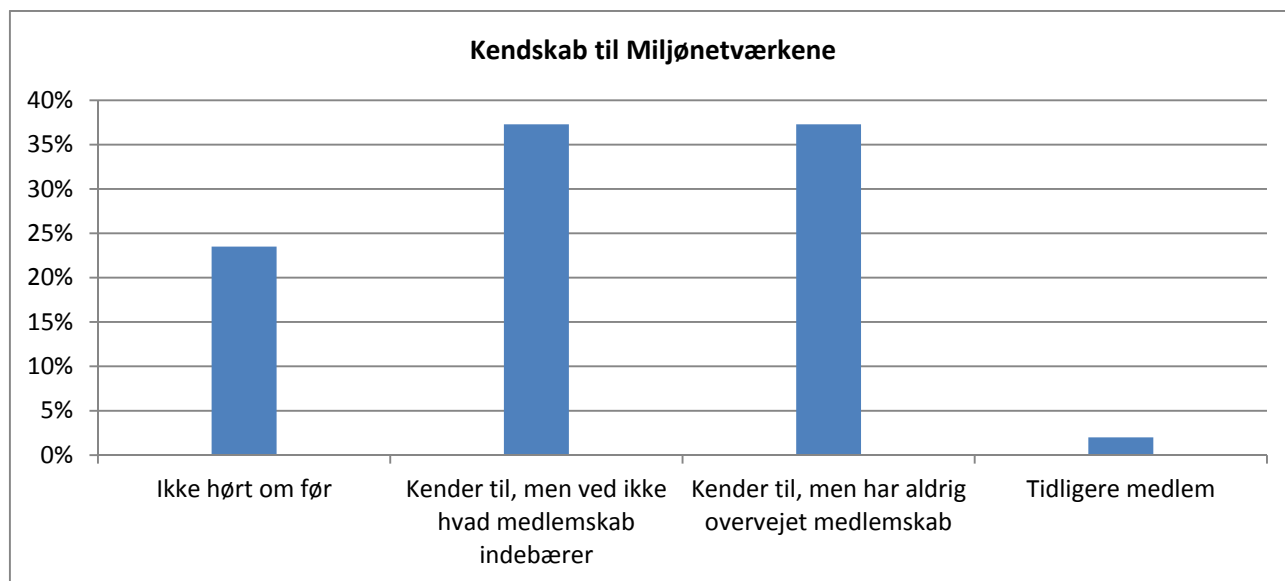


Det ses igen at miljø er det område der er allermest fokus på af de tre og det er også her den største udvikling forventes af virksomhederne. Virksomhederne fik også mulighed for at kommentere på prognoserne. Af begrundelser for dystre udsigter blev blandt andet nævnt at den økonomiske situation gør det vanskeligt at afsætte væsentlige ressourcer til områderne. Derudover blev der indikeret en række begrundelser for den ydede indsats og udvikling på områderne i form af for eksempel finansielle gevinster og effektiviseringsmuligheder i arbejde med områderne, miljøforbedringer, tilslutning fra ledelse og medarbejdere til at deltage i en ydet indsats på områderne samt fokus på miljø i fremtiden.

Kendskab til Miljønetværkene

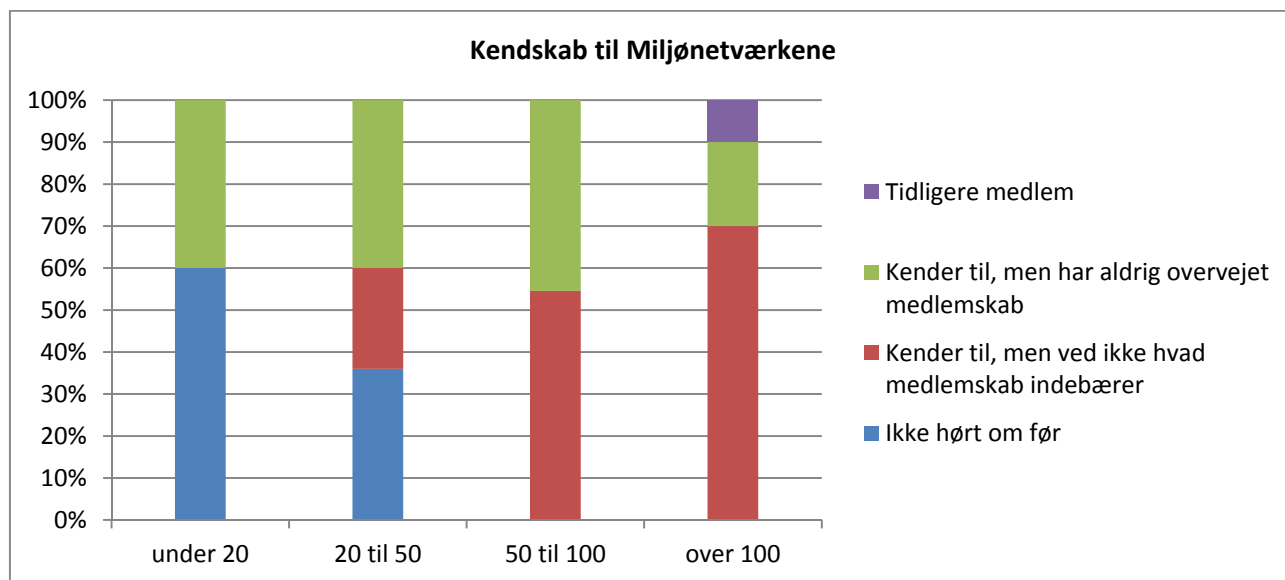
Afsluttende spurgte undersøgelsen til hvorvidt virksomheden har kendskab til miljønetværkene. Det ses på nedenstående figur at knap 25 procent indtil undersøgelsen blev foretaget, ikke havde hørt om netværkene før. Knap ¾ kendte til netværkene, hvoraf halvdelen ikke var klar over hvad et medlemskab indebar mens den anden halvdel aldrig har overvejet et medlemskab. Endvidere var enkelte respondenter tidligere medlemmer.

Figur 20 - Kendskab til netværkene



Billedet er lidt klarere når respondenterne bliver opdelt i forhold til deres størrelse. Som nedenstående figur viser, ser vi at det er de mindre virksomheder (med mindre end 50 ansatte) som aldrig har hørt om netværkene før mens de større virksomheder (over 50 ansatte) alle kender til netværkene men enten ikke ved hvad et medlemskab indebærer eller aldrig har overvejet at blive medlem.

Figur 21 - Kendskab til netværkene 2



Sammenfatning af Resultater

Undersøgelsen viser at der blandt erhvervslivet i Region Syddanmark er en forholdsvis stor interesse for områderne miljø, klima og CSR. Den viser dog også at den største interesse både i forhold til nuværende men også fremtidig indsats må siges at være på miljøområdet. 75 procent af virksomhederne har allerede i dag indsatser eller initiativer indenfor miljøområdet til sammenligning med 33 og 22 procent for klima og CSR. Blandt virksomhederne som i dag ikke har indsatser er interessen for at udvikle tiltag ligeledes størst på miljøområdet med 75 procent af virksomhederne interesseret sammenlignet med 40 og 50 procent for klima og CSR. Det er primært ledelsen i virksomhederne som øver stor indflydelse på den nuværende indsats, men også medarbejder, leverandører og kunder har indflydelse.

I forhold til leverandører og kunder viser undersøgelsen at kvalitetskravene er de strengeste. Men der stilles dog også krav til miljø, klima, CSR og sociale forhold fra både leverandører og kunder på tværs af cirka 80 procent af virksomhederne.

Virksomhederne blev delt op i tre niveauer af aktivitet og interesse (de 3 IIP grupper). Her viste det sig at det især er lovgivning, markedet, effektiviseringer, virksomhedens værdier og kunderne, der danner grundlag for virksomhedens nuværende og fremtidige interesse for områderne. Mere detaljeret bliver billedet hvis vi kigger på de forskellige IIP grupper hvor vi observerer forskelle på indflydelsen af lovgivning, effektiviseringer, virksomhedens værdier og kunder som drivkræfter. I forhold til lovgivning viser undersøgelsen at især de mest aktive virksomheder oplever lovgivning som en drivkraft i højere grad end de to andre grupper. I forhold til effektiviseringer er det både IIP 2 og IIP 3 der skiller sig ud fra den mindre aktive IIP 1, hvor IIP 2 og IIP 3 konsekvent vurderer effektiviseringer som en drivkraft i højere grad end IIP 1 virksomhederne. Udover lovgivning og effektiviseringer som er mere håndgribelige fænomener, ser vi også at for IIP 3 gruppen at virksomhedens værdier i særdeleshed er en drivkraft for den nuværende indsats. Alle tre grupper vurderer kunder som en væsentlig drivkraft dog skiller grupperne IIP2 og IIP3 sig igen ud fra den mindre aktive gruppe IIP1.

I forhold til pres udefra er de tre IIP grupper enige om at myndighederne udøver det største pres for virksomhederne i relation til miljø, klima og CSR. Derudover viser resultaterne yderligere at konkurrenter og marked udøver et højt pres, dog kan det ikke differentieres i forhold til om presset herfra har en dæmpende eller en stigende effekt på indsatsen.

Taget i betragtning at finansielle gevinster/besparelser og lovgivningsmæssige krav syntes at have stor indflydelse på virksomhedernes indsats og interesse burde dette ligeledes vægtes højt i markedsføringen af miljønetværkene.

I forhold til fremtidige indsatser viser undersøgelsen en tendens til stigende indsatser på miljøområdet hvor 75 procent af virksomhederne vurderer en stigende eller en kraftigt stigende indsats 3 år frem i tiden, dette gælder til sammenligning for 70 procent af virksomhederne på klimaområdet og for godt 55 procent af virksomhederne på CSR området. Både virksomheder der i dag har lille indsats og dem som i dag har stor indsats forventer bredt at se stigninger i arbejdet med miljø, det vil sige at der altså ikke er tale om at virksomheder der i dag yder større interesse/indsats har tænkt sig at lade stå til mens resten af erhvervslivet indhenter dem.

I forhold til kendskabet til de fire regionale miljønetværk viser undersøgelsen at især mindre virksomheder ikke før har hørt om miljønetværkene (23 % af alle virksomhederne; 60 % af gruppen med under 20 ansatte og 35 % af gruppen med 20-50 ansatte) derudover er der en del virksomheder som ikke ved hvad et medlemskab indebærer (37 % af alle virksomhederne) samt en del som aldrig har overvejet et medlemskab (37 % af alle virksomhederne).

Overordnet må det siges at der for de fire miljønetværk i regionen ifølge undersøgelsen bestemt er potentiale for at udbygge medlemskabstallene og arbejdet i regionen med især miljø men også i nogen grad med klima og CSR tiltag.

Bilag

Bilag 0.1 Spørgeskema

Det egentlige udsendte spørgeskema var 100 procent elektronisk og så derfor lidt anderledes ud end nedenstående. Endvidere var der indbygget spring således at respondenter kun blev vist de spørgsmål som stemte overens med tidligere svar.

Dette spørgeskema handler om virksomheders tiltag og indsatser på områder som miljø, klima og CSR (virksomhedens samfundsansvar). Spørgeskemaet er opdelt i tre dele; baggrundsoplysninger (15 %), virksomhedens indsats (70 %) og fremtidige behov (15 %). Statuslinjen øverst i billedet vil løbende vise hvor langt du er i spørgeskemaet. Løbende i spørgeskemaet er begreber som f.eks. CSR forbundet med et link som åbner en uddybende forklaring på begrebet hvis det skulle være nødvendigt (forklaringen åbner i et nyt vindue). Vi takker på forhånd for din tid

S_1 Hvilken sektor tilhører virksomheden?

- | | |
|--|---|
| (1) ☐ Produktion/fremstilling | (5) ☐ Transport |
| (2) ☐ Energi- og vandforsyning | (6) ☐ Service (finansiering og rådgivning) |
| (3) ☐ Bygge og anlæg | (7) ☐ Anden |
| (4) ☐ Miljøservices (ekskl. rådgivning) | |

S_2 Beskriv kort virksomhedens primære forretningsområde _____

S_3 Hvor mange ansatte har virksomheden?

- | | | | |
|---|--|---|---|
| (1) ☐ Under 20 ansatte | (2) ☐ 20 til 50 ansatte | (3) ☐ 50 til 100 ansatte | (4) ☐ Over 100 ansatte |
|---|--|---|---|

S_4 I hvilken kommune er virksomheden placeret?

- | | | | |
|--|--|--|-------------------------------------|
| (1) ☐ Aabenraa | (8) ☐ Haderslev | (15) ☐ Nordfyns | (22) ☐ Varde |
| (2) ☐ Assens | (9) ☐ Hedensted | (16) ☐ Nyborg | (23) ☐ Vejen |
| (3) ☐ Billund | (10) ☐ Horsens | (17) ☐ Odense | (24) ☐ Vejle |
| (4) ☐ Esbjerg | (11) ☐ Kerteminde | (18) ☐ Ringkøbing | (25) ☐ Ærø |
| (5) ☐ Faaborg-Midtfyn | (12) ☐ Kolding | (19) ☐ Sønderborg | (26) ☐ Anden |
| (6) ☐ Fanø | (13) ☐ Langeland | (20) ☐ Svendborg | |
| (7) ☐ Fredericia | (14) ☐ Middelfart | (21) ☐ Tønder | |

S_5_1 Er virksomheden i dag medlem af et miljønetværk?

- | | |
|---|----------------------------------|
| (5) ☐ Ja <i>hvilke (s_5_2) _____</i> | (6) ☐ Nej |
|---|----------------------------------|

I det følgende vil vi gerne indsamle informationer omkring virksomhedens indsats på en række områder som miljø, klima og virksomhedens samfundsansvar (CSR), samt virksomhedens beslutningsprocesser, krav fra kunder og krav til leverandører på disse områder.

S_6 Har virksomheden en miljøansvarlig?

- | | |
|---------------------------------|----------------------------------|
| (1) ☐ Ja | (2) ☐ Nej |
|---------------------------------|----------------------------------|

S_7 Har virksomheden konkrete initiativer og/eller indsatser indenfor miljø?

- | | |
|---------------------------------|----------------------------------|
| (1) ☐ Ja | (2) ☐ Nej |
|---------------------------------|----------------------------------|

S_8 Beskriv venligst kort hvilke initiativer og/eller indsatser virksomheden har indenfor miljø _____

S_9 Har virksomheden interesse i fremadrettet at udarbejde og iværksætte konkrete initiativer og/eller indsatser indenfor miljø?

- | | |
|---------------------------------|----------------------------------|
| (1) ☐ Ja | (2) ☐ Nej |
|---------------------------------|----------------------------------|

S_10 Deltager virksomheden i netværk, formelle eller uformelle, med andre virksomheder vedrørende miljøarbejde?

- | | |
|---------------------------------|----------------------------------|
| (1) ☐ Ja | (2) ☐ Nej |
|---------------------------------|----------------------------------|

S_48 Beskriv venligst hvilke netværk virksomheden deltager i, i forbindelse med miljøarbejde _____

S_11 Hvad er din opfattelse af virksomhedens udbytte af deltagelse i netværk?

- | | | | |
|--|------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|
| (1) ☐ Meget stort | (2) ☐ Stort | (3) ☐ Lille | (4) ☐ Ingen |
|--|------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|

S_12 Har virksomheden interesse i fremadrettet at deltage i netværk med andre virksomheder vedrørende miljøarbejde?

- | | |
|---------------------------------|----------------------------------|
| (1) ☐ Ja | (2) ☐ Nej |
|---------------------------------|----------------------------------|

S_13 Har virksomheden en klimapolitik eller klimahandlingsplan?

(1) ☐ Ja (2) ☐ Nej

S_14 Har virksomheden konkrete initiativer og/eller indsatser indenfor klima?

(1) ☐ Ja (2) ☐ Nej

S_15 Beskriv venligst hvilke initiativer og/eller indsatser virksomheden har indenfor klima _____

S_16 Har virksomheden interesse i fremadrettet at udarbejde og iværksætte konkrete initiativer og/eller indsatser indenfor klima?

(1) ☐ Ja (2) ☐ Nej

S_17 Deltager virksomheden i netværk, formelle eller uformelle, med andre virksomheder vedrørende klimaarbejde?

(1) ☐ Ja (2) ☐ Nej

S_49 Beskriv venligst hvilke netværk virksomheden deltager i, i forbindelse med klimaarbejde _____

S_18 Hvad er din opfattelse af virksomhedens udbytte af deltagelse i netværk?

(1) ☐ Meget stort (2) ☐ Stort (3) ☐ Lille (4) ☐ Ingen

S_19 Har virksomheden interesse i fremadrettet at deltage i netværk med andre virksomheder vedrørende klimaarbejde?

(1) ☐ Ja (2) ☐ Nej

S_20 Har virksomheden en CSR politik, CSR handlingsplan eller lign. for virksomhedens samfundsansvar(CSR)?

(1) ☐ Ja (2) ☐ Nej

S_21 Beskriv venligst virksomhedens politik, handlingsplan eller lign. for virksomhedens samfundsansvar _____

S_22 Har virksomheden interesse i fremadrettet at udarbejde og iværksætte en CSR politik, handlingsplan eller lign. for virksomhedens samfundsansvar?

(1) ☐ Ja (2) ☐ Nej

S_23 Deltager virksomheden i netværk, formelle eller uformelle, med andre virksomheder vedrørende virksomhedens samfundsansvar (CSR)?

(1) ☐ Ja (2) ☐ Nej

S_50 Beskriv venligst hvilke netværk virksomheden deltager i, i forbindelse med CSR _____

S_24 Hvad er din opfattelse af virksomhedens udbytte af deltagelse i netværk?

(1) ☐ Meget stort (2) ☐ Stort (3) ☐ Lille (4) ☐ Ingen

S_25 Har virksomheden interesse i fremadrettet at deltage i netværk med andre virksomheder vedrørende CSR indsats?

(1) ☐ Ja (2) ☐ Nej

S_26 Har virksomheden indsatser på følgende områder?

	Ja	Nej
S_26_1 Leverandørstyring	(1) ☐	(2) ☐
S_26_2 Grønne indkøb	(1) ☐	(2) ☐
S_26_3 Personale goder	(1) ☐	(2) ☐
S_26_4 Andre områder	(1) ☐	(2) ☐

S_27 Er virksomheden certificeret i forhold til en eller flere af nedenstående certificeringer?

(1) S_27_1 ☐ EMAS

(5) S_27_5 ☐ Global Compact

(2) S_27_2 ☐ ISO 14001

(6) S_27_6 ☐ CSR-Kompasset

(3) S_27_3 ☐ Grønt Regnskab

(7) S_27_7 ☐ Anden/andre certificering(er)

(4) S_27_4 ☐ SA 8000 - certificering

S_28 Beskriv venligst hvilke andre certificeringer virksomheden har _____

S_29 De forrige spørgsmål spurgte til virksomhedens nuværende indsats på miljø, klima og CSR. I hvilken grad har følgende grupper aktiv indflydelse på udarbejdelsen af virksomhedens initiativer og indsatser i forhold til disse emner?

	Meget stor indflydelse	Stor indflydelse	Nogen indflydelse	Lille indflydelse	Ingen indflydelse
<i>S_29_1 Ledelse</i>	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐	(5) ☐
<i>S_29_2 Medarbejdere</i>	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐	(5) ☐
<i>S_29_3 Leverandører</i>	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐	(5) ☐
<i>S_29_4 Kunder</i>	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐	(5) ☐

S_30 Hvilken slags krav stiller virksomheden til leverandører i forhold til følgende emner?

	Ultimative krav	Strengt krav	Forhandlingsmulige krav	Få krav	Ingen krav
<i>S_30_1 Kvalitet</i>	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐	(5) ☐
<i>S_30_2 Miljø</i>	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐	(5) ☐
<i>S_30_3 Klima</i>	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐	(5) ☐
<i>S_30_4 Arbejdsmiljø</i>	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐	(5) ☐
<i>S_30_5 CSR</i>	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐	(5) ☐
<i>S_30_6 Sociale forhold</i>	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐	(5) ☐

S_31 Hvilken slags krav oplever virksomheden fra kunder på følgende områder?

	Ultimative krav	Strengt krav	Forhandlingsmulige krav	Få krav	Ingen krav
<i>S_31_1 Kvalitet</i>	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐	(5) ☐
<i>S_31_2 Miljø</i>	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐	(5) ☐
<i>S_31_3 Klima</i>	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐	(5) ☐
<i>S_31_4 Arbejdsmiljø</i>	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐	(5) ☐
<i>S_31_5 CSR</i>	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐	(5) ☐
<i>S_31_6 Sociale forhold</i>	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐	(5) ☐

S_32 Hvor vigtig er virksomhedens nuværende indsats på miljø, klima og CSR i forhold til virksomhedens kommunikation?

	Meget vigtig	Vigtig	Hverken eller	Ikke vigtig	Slet ikke vigtig
<i>S_32_1 Markedsføring</i>	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐	(5) ☐
<i>S_32_2 Hjemmeside</i>	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐	(5) ☐
<i>S_32_3 Miljørapport</i>	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐	(5) ☐
<i>S_32_4 Andet</i>	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐	(5) ☐

S_33 I hvilken grad er følgende drivkræfter vigtige for virksomhedens nuværende indsats?

	Meget høj grad	Høj grad	I mindre grad	Slet ikke
S_33_1 Lovgivning	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐
S_33_2 Markedet	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐
S_33_3 Effektiviseringer	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐
S_33_4 Virksomhedens værdier	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐
S_33_5 Kunder	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐
S_33_6 Leverandører	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐
S_33_7 Andre interessenter	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐

S_34 I forhold til virksomhedens nuværende og fremtidige indsats, i hvilken grad opleves pres fra nedenstående interessenter?

	Meget høj grad	Høj grad	I mindre grad	Slet ikke
S_34_1 Kunder	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐
S_34_2 Leverandører	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐
S_34_3 Lokalsamfund	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐
S_34_4 Myndigheder	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐
S_34_5 Konkurrenter/markedet	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐

S_35 Hvilken betydning har nedenstående områder for virksomheden i dag?

	Meget stor betydning	Stor betydning	Nogen betydning	Lille betydning	Ingen betydning
S_35_1 Miljøindsats	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐	(5) ☐
S_35_2 Klimaindsats	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐	(5) ☐
S_35_3 CSR-indsats	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐	(5) ☐

S_36 Hvordan forventer du, at virksomhedens arbejde med nedenstående områder, vil udvikle sig de næste 3 år?

	Kraftigt stigende	Stigende	Uændret	Faldende	Kraftigt faldende
S_36_1 Miljøindsats	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐	(5) ☐
S_36_2 Klimaindsats	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐	(5) ☐
S_36_3 CSR-indsats	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐	(5) ☐

S_37 Du har her mulighed for at uddybe dine prognoser for virksomhedens arbejde med miljø, klima og CSR-indsats _____

S_38 Virksomhedens kendskab til miljønetværkene

- (1) S_38_1 ☐ Vi har ikke hørt om miljønetværkene før nu
- (2) S_38_2 ☐ Vi kender til et eller flere af miljønetværkene, men ved ikke hvad et medlemskab indebærer
- (3) S_38_3 ☐ Vi kender et eller flere af miljønetværkene, men har aldrig overvejet et medlemskab
- (4) S_38_4 ☐ Vi har tidligere været medlem af et af miljønetværkene, men meldte os ud

S_39 Angiv gerne begrundelsen for at virksomheden meldte sig ud af miljønetværket_____

S_40 I hvor høj grad tror du, at et medlemskab hos miljønetværket i jeres område kan:

	Meget høj grad	Høj grad	I mindre grad	Slet ikke
<i>S_40_1 Være med til at opnå kendskab og netværk med andre virksomheder</i>	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐
<i>S_40_2 Give økonomisk gevinst for virksomheden</i>	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐
<i>S_40_3 Signalere miljøbevist adfærd</i>	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐
<i>S_40_4 Bruges i jeres markedsføring</i>	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐
<i>S_40_5 Bane vejen for en ISO certificering</i>	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐

Du har mulighed for at modtage yderligere information om resultatet af undersøgelsen og miljønetværket i netop jeres område ved at sætte kryds:

- (1) ☐ Ja tak, jeg vil gerne modtage resultatet af undersøgelsen
- (2) ☐ Ja tak, jeg vil gerne modtage yderligere information fra miljønetværket i vores område

Angiv venligst e-mail hvor de valgte informationer kan videresendes til_____

Deltag i konkurrencen om en Ipad fra Apple

- (1) ☐ Ja tak, jeg vil gerne deltage i konkurrencen om en Ipad fra Apple
- (2) ☐ Nej tak

Vi takker for din deltagelse i undersøgelsen.

Din besvarelse er nu gemt og du kan lukke spørgeskemaet enten ved at lukke din browser eller ved at klikke på "afslut".

Bilag 1.1 Eksempler på miljøinitiativer og/eller indsatser på miljøområdet

- ❖ Affaldssortering - Genanvendelse af affald - Miljørapport ekstern
- ❖ Energibesparende belysning i produktionen. - Papirindsamling til genbrug
- ❖ Udsifter kølemaskiner til frikølere. -Belysning, til diodebelysning i 80 % af fabrikken. -Ændret ventilationssystem. - Automatik for tænd & sluk af lys & udsugning.
- ❖ Arbejder på ISO14001 Div. andre tiltag som reduktion af støj, sortering af affald, reduktion af energiforbrug.
- ❖ Arbejdet ligger i Arbejdsmiljø regi
- ❖ Bl.a. Reduktion af brændstofforbrug i egen bilpark, byggeri af Danmarks og et af verdens mest energieffektive domiciler der bliver et plusenergihus, reduktion af energiforbrug for nogle af de mest energitunge virksomheder i Dk (siden 2006 har vi fjernet et årligt energiforbrug for hvad der svarer til forbruget i en mellemstor provinsby og vi står bag den største elbils operatør i Dk og Europas største elbils projekt.
- ❖ Clean tech teknologi af emner.
- ❖ Det styrtede med trykluft utætheder . En række frekvens reguleringer . Lige nu ventilatorer Udvidelse af varmegen- vinding. Udfasning af farlige produkter.
- ❖ Efter isolering, Lavenergi pærer
- ❖ Energibesparelse Affaldsreduktion
- ❖ Energibesparelser Affaldssortering Genbrug Udlednings- overvågning
- ❖ Energibesparelser, arbejdsmiljø, certificeringer
- ❖ Energireduktion Undgå varmespild
- ❖ Energireduktioner i processer, affaldssortering fra proces- ser, tænd/sluk i alle områder, WEE , Vandbesparelse i pro- cesser.
- ❖ Er ISO 14001 certificeret og har derfor miljøhandlingsplaner
- ❖ Er ISO 14001 og OHSAS 18001 certificeret som medfører en række krav. Vi har indeklimatemærket maling, 99% af vores interiørmalinger er svanemærket og EU Blomst mærket - vi har oplæring af kunder i miljøforhold, vi stiller krav til vores leverandører, vi arbejder kontinuerligt med at reducere vo- res affald og meget mere
- ❖ Flytning af server til et hosted miljø samt nedlukning af fysiske server og etableret flere virtuelle servere. Etableret videokonference på vores forskellige lokationer (kolding og Århus) så vi kan afholde videomøder i stedet for at trans- portere folk frem og tilbage.
- ❖ Forsøger at købe miljøvenlige rengøringsprodukter. Er opmærksomme på energiforbrug.
- ❖ Genbrugsordninger Genbrugs klude der vaskes efter op- sugning af olier.
- ❖ Har de sidste 3 år lavet målsætninger for nedbringelse af el, gas og CO2. Samt projekter vedr. udskiftning af stoffer og materialer til mere miljø rigtig midler.
- ❖ I henhold til nuværende miljømål: Reduktion af COD mv i spildevand
- ❖ ISO 14001 certificeret
- ❖ ISO14001 -certificeret Energi-forbedringer affaldshåndte- ring
- ❖ kemi. håndtering, affaldssortering osv.
- ❖ Løbende begrænsning af affaldsmængder og energiforbrug
- ❖ lys, kemi, affald
- ❖ Miljø certificeret DS ISO 1401
- ❖ Miljømål beskrevet i management systemet Reduktionsmål for energi, affald, mm
- ❖ Minimering af energi udgifter Minimering af affald
- ❖ Nyt gasfyr er opsat. Solfanger er opsat. Nye lysarmaturer skal opsættes inden for overskuelig fremtid.
- ❖ Optimering af procesudstyr, for at minimere VOC udledning og reducere vareforbrug.
- ❖ Reducering af CO2,
- ❖ Reduktion af strømforbrug vha. udskiftning af armaturer o.a. lign tiltag.
- ❖ Såfremt muligt udelukkende at anvende miljøvenlige mate- rialer
- ❖ sortering af affald, har planer om at digitaliser så meget som muligt i de forskellige arbejdsgange
- ❖ Sortering og indlevering til genbrug: Papir Plast
- ❖ Støjdæmpning, spare + nedbringe CO2 ved varme og luft. Bruge produkter som er vandbaseret og ingen isosoinater
- ❖ Substitution af farlige stoffer til mindre farlige
- ❖ Udvikling af energibesparende produkter. Fokus på brug af energi på selve virksomheden.
- ❖ Vi arbejder med udvikling af miljørigtige produkter Ar- bejdsmiljø Lavt energiforbrug fra vandstrøm
- ❖ Vi er lige startet på at skulle ISO 14001 certificeres. Vi er ved at forfatte procedure og mål. Planen er at vi starter ak- tivt 1. marts 2012.
- ❖ Vi har en kombineret kvalitets - og miljøhåndbog, som nu er ved at blive ajourført med arbejdsmiljø.
- ❖ Vi sortere vores affald og vi genanvender mest muligt
- ❖ Vi sørger for at anlæg til vores kunder er energirigtige. Vi sælger pigging-systemer, som er med til at lette miljøbe- lastningen i spildevand
- ❖ virksomheden skal 10001 certificeres /april 2012

Bilag 1.2 Eksempler på klimainitiativer og/eller indsatser på klimaområdet

- ❖ De samme som under miljø
- ❖ Energibesparelser
- ❖ Erstatte oliefyr med naturgas udskiftning af belysning solpanel-projekt i overvejelse
- ❖ I de sidste 3 år er der udarbejdet konkrete miljø målsætninger samt handlingsplaner for hvert år.
- ❖ Minimere forbrug af materialer og energi
- ❖ Nedbringelse af energiforbrug f.eks. lys, varme
- ❖ Opfølgning på CO2 emission + KPI på energiforbrug
- ❖ Opvarmning vha. halm
- ❖ Overvejer køb af grøn strøm.
- ❖ Projekter med nedbringelse af el og gas forbrug
- ❖ Reducering af farvespild, energiforbedringer
- ❖ Reduktion af elforbrug
- ❖ Reduktion af energiforbrug
- ❖ Reduktionsmål for udledning af drivhusgasser
- ❖ Rølgrensning Energibesparelser
- ❖ Tæt sammenhæng til miljøbeskrivelsen
- ❖ Udvikling af vores produkter reducering af energiforbrug
- ❖ Udvikling er energibesparende produkter (mindre udslip af co2). Mindre brug af energi i virksomheden.
- ❖ Vi fremsætter mål for et mindre forbrug af el, varme, vand. Vi vil tage hånd om skråt, plast, kemi og forbrug af papir. Miljø tiltag tænkes i retning af Solceller - efterisolering - lyskilder - toiletskift.
- ❖ Vores moderselskab, som producerer malingen har en række initiativer - læs mere om disse på www.jotun.com

Bilag 2.1 Kryds for Miljø, Klima og CSR

Tabellen viser antallet af Ja og Nej svar til Miljø indsats/initiativer krydset med antallet af henholdsvis Klima og CSR indsats/initiativer. F.eks. viser tabellen (som markeret med fed skrift forneden) at 20 virksomheder både har nuværende indsatser på Miljø OG Klima, imens 26 virksomheder har Miljø indsats men INGEN Klima indsats og til sidste at 15 virksomheder HVERKEN har Miljø eller Klima indsats.

Tabel 2 – sammenhænge mellem indsats på miljø, klima og CSR

Sammenhænge mellem		Klima Indsats/Initiativer		CSR Indsats/Initiativer	
indsats på miljø, klima og CSR		JA	NEJ	JA	NEJ
Miljø Indsats/Initiativer	JA	20	26	12	32
	NEJ	0	15	1	14
		χ^2	9,703***	χ^2	2,765*
CSR Indsats/Initiativer	JA	9	4		
	NEJ	10	36		
		χ^2	10.471***		

Signifikans: *** > 99 %, ** > 95 %, * > 90 %

Bilag 2.2 Proxy variabel Indsats/interesse

Variablen er baseret på respondenternes svar på 12 spørgsmål, dog skal det bemærkes af en enkelt respondent kun svarer på i alt 6 af de brugte spørgsmål. Det drejer sig om følgende spørgsmål: s_7 el. s_9, s_10 el. s_12, s_14 el. s_16, s_17 el. s_19, s_20 el. s_22 samt s_23 el. s_25. Spørgsmålene omhandler hvorvidt virksomheden i dag har indsatser på de tre områder eller om der er fremtidig interesse for dette, samt hvorvidt virksomheden i dag deltager i netværk på området eller om der er fremtidig interesse for dette. Et bekræftende svar til enten en nuværende eller fremtidig interesse takseres med 1 mens et afkræftende svar takseres med 0. Dernæst summeres værdierne på de 6 besvarede spørgsmål således at variabelen antager en maksimumsværdi på 6 og en minimumsværdi på 0. Maksimumsværdien indikerer nuværende indsatser eller interesse for fremtidige indsatser samt nuværende deltagelse i netværk eller fremtidig interesse i netværk på alle tre områder imens minimumsværdien på 0 indikerer ingen nuværende indsats, ingen fremtidig interesse og ingen interesse for netværk. Figuren herunder viser frekvenserne for værdien.

Indsats_Interesse					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	5	7.7	7.7	7.7
	1	11	16.9	16.9	24.6
	2	10	15.4	15.4	40.0
	3	10	15.4	15.4	55.4
	4	5	7.7	7.7	63.1
	5	6	9.2	9.2	72.3
	6	18	27.7	27.7	100.0
Total		65	100.0	100.0	

Kategorier for Ingen/lille, mellem, stor er derefter lavet ved at sammenlægge 0 og 1, 2,3 og 4 samt 5 og 6 til en opdeling som vist herunder hvor "1" er ingen/lille, "2" er mellem og "3" er stor variabelen er forkortet som IIP (Indsats_Interesse Proxy).

IIP					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	16	24.6	24.6	24.6
	2	25	38.5	38.5	63.1
	3	24	36.9	36.9	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

Bilag 2.3 Drivkræfter, yderligere materiale

IIP * s_33_1 Lovgivning

Crosstab

			s_33_1 Lovgivning				Total
			1 Meget høj grad	2 Høj grad	3 I mindre grad	4 Slet ikke	
IIP	1	Count	0	8	1	1	10
		Expected Count	3.4	5.1	.9	.6	10.0
	2	Count	6	12	1	2	21
		Expected Count	7.1	10.7	2.0	1.2	21.0
	3	Count	12	7	3	0	22
		Expected Count	7.5	11.2	2.1	1.2	22.0
Total	Count		18	27	5	3	53
		Expected Count	18.0	27.0	5.0	3.0	53.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	12.749 ^a	6	.047
Likelihood Ratio	16.864	6	.010
Linear-by-Linear Association	5.653	1	.017
McNemar-Bowker Test	.	.	.
N of Valid Cases	53		

a. 7 cells (58.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .57.

b. Computed only for a PxP table, where P must be greater than 1.

Directional Measures

			Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Lambda	Symmetric	.211	.119	1.676	.094
		IIP Dependent	.226	.130	1.562	.118
		s_33_1 Lovgivning De- pendent	.192	.151	1.162	.245
	Goodman and Kruskal tau	IIP Dependent	.120	.053		.052 ^c
		s_33_1 Lovgivning De- pendent	.126	.058		.003 ^c
	Uncertainty Coefficient	Symmetric	.149	.043	3.279	.010 ^d
		IIP Dependent	.152	.045	3.279	.010 ^d
		s_33_1 Lovgivning De- pendent	.145	.043	3.279	.010 ^d
	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-.323	.107	-2.976
IIP Dependent			-.329	.112	-2.976	.003
s_33_1 Lovgivning De- pendent			-.317	.104	-2.976	.003
Nominal by Interval	Eta	IIP Dependent	.469			
		s_33_1 Lovgivning De- pendent	.330			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on chi-square approximation

d. Likelihood ratio chi-square probability.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	.490			.047
	Cramer's V	.347			.047
	Contingency Coefficient	.440			.047
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-b	-.323	.107	-2.976	.003
	Kendall's tau-c	-.302	.102	-2.976	.003
	Gamma	-.492	.153	-2.976	.003
	Spearman Correlation	-.358	.119	-2.734	.009 ^c
Interval by Interval	Pearson's R	-.330	.106	-2.494	.016 ^c
Measure of Agreement	Kappa	-.032	.072	-.400	.689
N of Valid Cases		53			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

IIP * s_33_3 Effektiviseringer

Crosstab

			s_33_3 Effektiviseringer				Total
			1 Meget høj grad	2 Høj grad	3 I mindre grad	4 Slet ikke	
IIP	1	Count	1	3	6	0	10
		Expected Count	2.1	6.0	1.7	.2	10.0
	2	Count	5	13	2	1	21
		Expected Count	4.4	12.7	3.6	.4	21.0
	3	Count	5	16	1	0	22
		Expected Count	4.6	13.3	3.7	.4	22.0
Total	Count	11	32	9	1	53	
	Expected Count	11.0	32.0	9.0	1.0	53.0	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	17.898 ^a	6	.006
Likelihood Ratio	15.278	6	.018
Linear-by-Linear Association	5.993	1	.014
McNemar-Bowker Test	.	.	.
N of Valid Cases	53		

a. 9 cells (75.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .19.

b. Computed only for a PxP table, where P must be greater than 1.

Directional Measures

			Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Lambda	Symmetric	.173	.109	1.470	.141
		IIP Dependent	.194	.123	1.442	.149
		s_33_3 Effektiviseringer Dependent	.143	.132	1.010	.313
	Goodman and Kruskal tau	IIP Dependent	.131	.061		.034 ^c
		s_33_3 Effektiviseringer Dependent	.125	.074		.003 ^c
	Uncertainty Coefficient	Symmetric	.140	.067	2.012	.018 ^d
		IIP Dependent	.138	.067	2.012	.018 ^d
		s_33_3 Effektiviseringer Dependent	.143	.068	2.012	.018 ^d
	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-.290	.120	-2.308
IIP Dependent			-.308	.127	-2.308	.021
s_33_3 Effektiviseringer Dependent			-.274	.115	-2.308	.021
Nominal by Interval	Eta	IIP Dependent	.482			
		s_33_3 Effektiviseringer Dependent	.369			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on chi-square approximation

d. Likelihood ratio chi-square probability.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	.581			.006
	Cramer's V	.411			.006
	Contingency Coefficient	.502			.006
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-b	-.290	.120	-2.308	.021
	Kendall's tau-c	-.261	.113	-2.308	.021
	Gamma	-.450	.175	-2.308	.021
	Spearman Correlation	-.326	.132	-2.465	.017 ^c
Interval by Interval	Pearson's R	-.339	.121	-2.578	.013 ^c
Measure of Agreement	Kappa	-.101	.071	-1.147	.251
N of Valid Cases		53			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

IIP * s_33_4 Virksomhedens værdier

Crosstab

			s_33_4 Virksomhedens værdier				Total
			1 Meget høj grad	2 Høj grad	3 I mindre grad	4 Slet ikke	
IIP	1	Count	0	6	4	0	10
		Expected Count	1.7	5.5	2.6	.2	10.0
	2	Count	1	17	2	1	21
		Expected Count	3.6	11.5	5.5	.4	21.0
	3	Count	8	6	8	0	22
		Expected Count	3.7	12.0	5.8	.4	22.0
Total	Count	9	29	14	1	53	
	Expected Count	9.0	29.0	14.0	1.0	53.0	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	19.448 ^a	6	.003
Likelihood Ratio	21.913	6	.001
Linear-by-Linear Association	2.124	1	.145
McNemar-Bowker Test	.	.	.
N of Valid Cases	53		

a. 7 cells (58.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .19.

b. Computed only for a PxP table, where P must be greater than 1.

Directional Measures

			Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Lambda	Symmetric	.255	.116	2.057	.040
		IIP Dependent	.387	.124	2.601	.009
		s_33_4 Virksomhedens værdier Dependent	.083	.149	.536	.592
	Goodman and Kruskal tau	IIP Dependent	.218	.074		.001 ^c
		s_33_4 Virksomhedens værdier Dependent	.175	.070		.000 ^c
	Uncertainty Coefficient	Symmetric	.197	.065	2.928	.001 ^d
		IIP Dependent	.198	.068	2.928	.001 ^d
		s_33_4 Virksomhedens værdier Dependent	.195	.064	2.928	.001 ^d
	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-.170	.136	-1.232
IIP Dependent			-.175	.139	-1.232	.218
s_33_4 Virksomhedens værdier Dependent			-.166	.134	-1.232	.218
Nominal by Interval	Eta	IIP Dependent	.435			
		s_33_4 Virksomhedens værdier Dependent	.206			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on chi-square approximation

d. Likelihood ratio chi-square probability.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	.606			.003
	Cramer's V	.428			.003
	Contingency Coefficient	.518			.003
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-b	-.170	.136	-1.232	.218
	Kendall's tau-c	-.158	.128	-1.232	.218
	Gamma	-.252	.198	-1.232	.218
	Spearman Correlation	-.179	.149	-1.300	.200 ^c
Interval by Interval	Pearson's R	-.202	.128	-1.474	.147 ^c
Measure of Agreement	Kappa	.176	.086	1.859	.063
N of Valid Cases		53			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

IIP * s_33_5 Kunder

Crosstab

			s_33_5 Kunder				Total
			1 Meget høj grad	2 Høj grad	3 I mindre grad	4 Slet ikke	
IIP	1	Count	0	8	2	0	10
		Expected Count	4.2	4.0	1.7	.2	10.0
	2	Count	9	8	3	1	21
		Expected Count	8.7	8.3	3.6	.4	21.0
	3	Count	13	5	4	0	22
		Expected Count	9.1	8.7	3.7	.4	22.0
Total	Count	22	21	9	1	53	
	Expected Count	22.0	21.0	9.0	1.0	53.0	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	13.196 ^a	6	.040
Likelihood Ratio	16.827	6	.010
Linear-by-Linear Association	3.930	1	.047
McNemar-Bowker Test	.	.	.
N of Valid Cases	53		

a. 8 cells (66.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .19.

b. Computed only for a PxP table, where P must be greater than 1.

Directional Measures

Structural Measures			Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Lambda	Symmetric	.194	.089	2.020	.043
		IIP Dependent	.129	.113	1.081	.280
		s_33_5 Kunder Dependent	.258	.079	3.070	.002
	Goodman and Kruskal tau	IIP Dependent	.105	.044		.091 ^c
		s_33_5 Kunder Dependent	.139	.051		.001 ^c
	Uncertainty Coefficient	Symmetric	.147	.044	3.222	.010 ^d
		IIP Dependent	.152	.044	3.222	.010 ^d
		s_33_5 Kunder Dependent	.143	.044	3.222	.010 ^d
	Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	-.276	.108	-2.556
IIP Dependent			-.274	.111	-2.556	.011
s_33_5 Kunder Dependent			-.277	.106	-2.556	.011
Nominal by Interval	Eta	IIP Dependent	.446			
		s_33_5 Kunder Dependent	.280			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on chi-square approximation

d. Likelihood ratio chi-square probability.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	.499			.040
	Cramer's V	.353			.040
	Contingency Coefficient	.446			.040
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-b	-.276	.108	-2.556	.011
	Kendall's tau-c	-.264	.103	-2.556	.011
	Gamma	-.408	.154	-2.556	.011
	Spearman Correlation	-.307	.123	-2.303	.025 ^c
Interval by Interval	Pearson's R	-.275	.111	-2.042	.046 ^c
Measure of Agreement	Kappa	-.114	.079	-1.339	.181
N of Valid Cases		53			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Department of Environmental and Business Economics
Institut for Miljø- og Erhvervsøkonomi (IME)

IME REPORTS

ISSN: 1399-3232

Issued reports from IME

Udgivne rapporter fra IME

No.

1/99	Niels Kold Olesen Eva Roth	<i>Det danske dambrugserhverv – en strukturanalyse</i>
2/00	Pernille Eskerod (red.)	<i>Projektstyring og -ledelse - de bedste cand.merc. bidrag fra 1998-99</i>
3/00	Hanne W. Tanvig Chris Kjeldsen	<i>Aktuel forskning om danske landdistrikter</i>
4/00	Birgit Nahrstedt Finn Olesen	<i>EU, ØMU'en og den europæiske beskæftigelse</i>
5/02	Frank Jensen Henning Peter Jørgensen Eva Roth (koordinator)	<i>En diskussion af hvorledes fiskerireguleringer påvirker biodiversitet, økonomi og social tilpasning</i>
6/02	Helge Tetzschner Henrik Herlau	<i>Turismeudvikling ved innovation og entreprenurskab. Et potentiale for lokal erhvervsudvikling</i>
7/04	Bodil Stilling Blichfeldt	<i>Why do some Tourists choose to spend their Vacation Close to home</i>
8/06	Bodil Stilling Blichfeldt	<i>A Nice Vacation</i>
9/07	Helge Tetzschner	<i>Eksplorativ analyse af virksomheders bløde aktiver – metoder og værktøjer</i>
10/07	Svend Ole Madsen	<i>Analyse af den danske offshoresektor – Virksomhedsudvikling og klyngeperspektiver</i>
11/07	Lone Grønbæk Kronbak (Redaktør) Niels Vestergaard m.fl.	<i>IMPSEL - Implementering af mere selektive og skånsomme fiskerier. Konsekvenser for ressource, fiskere og samfund</i>
12/07	Lars Ravn-Jonsen Niels Vestergaard et al.	<i>Comparative Evaluation of the Fisheries Policies in Denmark, Iceland and Norway: Multispecies and Stochastic issues</i>
13/12	Malene Damsted Hans Stubbe Solgaard	<i>Dialogbaseret Miljøsamarbejde</i>