



EFFEKTEN

ESG & datadriven hållbarhet

Transkribering: avsnitt 234

Programledare: Jonas Jaani

Gäst: Johan Säwensten



Transkribering

00:00:00 Programledare: Jonas Jaani

Man kan stöta på i ESG från olika håll, när det gäller digitaliseringen så har de senaste åren handlat väldigt mycket om hållbarhetsrapportering. Allt det här i ett sammanhang tillsammans med Johan Säwensten, sverigechef på Position Green, alldeles strax i podden Effekten. Vi kallar den här digitaliseringens podcast och du får gärna vara med eller har du kanske någon som du känner vi ska ha med i podden, hör du av dig på info@effekten.se. Jag är Jonas Jaani och tillsammans med Micke Norbäck gör vi den här podden.

00:00:36 Programledare: Jonas Jaani

Och nu då, det här avsnitten om ESG. Ja, det handlar ju om miljö, socialt ansvar och bolagsstyrning och det handlar också om lagar som gör att vi behöver integrera det här med digitaliseringen. Och datadriven hållbarhetsredovisning och hur man arbetar effektivare med just i ESG. Det får du i avsnittet.

00:01:03 Programledare: Jonas Jaani

Som sagt var, Johan är med oss i i podden och det här med ESG, hållbarhetsrapportering.

00:01:12 Programledare: Jonas Jaani

Alltså, när jag fick kontakt med dig, Johan, så hade väl jag en vinkel ifrån digitaliseringen och var nyfiken på att oj, oj, det kommer massa lagar här som ska rapportera saker och sådär och det är nog initieringen till det här avsnittet och välkommen så hemskt mycket till podden.

00:01:34 Gäst: Johan Säwensten

Tack så hemskt mycket.

00:01:36 Programledare: Jonas Jaani

Då uttraderar vi vad jag kan om det här ämnet och frågar dig vad är då i ESG för dig?

00:01:42 Gäst: Johan Säwensten

ESG för mig. Jag har hållt på med det här området i 15 år och jag funderar väl fortfarande npgra gånger i veckan på vad egentligen ESGG är för mig, så att det är ett väldigt komplext och svårt begrepp. ESG som flesta vet, står ju för Environmental, Social and Governance och det kommer få en finansvärlden. Så som jag ser det, det är ju att man som företag inte bara kan ta hänsyn till sin finansiella påverkan.

00:02:05 Gäst: Johan Säwensten

Utan att man måste se ett bredare påverkansperspektiv än så. Det fanns ju en väldigt välkänd ekonom, Milton Friedman, han sa ju på 1970-talet mycket om att "the business of business is doing business", det vill säga att företag ni ska ju bara fokusera på att skapa så mycket aktieägarvärde som möjligt. Allt det här andra, sociala problem och sånt, det måste vi lämna till samhället, till politikerna så får de ta hand om det.

00:02:29 Gäst: Johan Säwensten

Och det är ett synsätt som jag kan hålla med om, i en perfekt ekonomi så hade det ju funkat väldigt bra att göra så. Men idag så har vi ju mycket externaliteter som inte är med i det ekonomiska systemet så att det är ju mycket effekter som ett företag har som idag inte syns i ett bolags resultatrapport eller i en bolags balansberäkning. Så det för mig blir hållbarhet ESG, det blir ju hur kan vi se till fler intressenter än bara aktieägarna så ska vi investera i en ny fabrik till exempel. Hur kan det påverka våra medarbetare? Hur kan det påverka lokalsamhället eller lokala utsläpp eller var det nu må vara så att man försöker ta med sig det bredare påverkans perspektivet.

00:03:09 Programledare: Jonas Jaani

Och en nyfiken fråga då: 15 år i ämnet, som du sa. Har det blivit, jag vet inte hur jag ska ställa frågan, har det blivit populärare eller har det blivit annorlunda genom åren? Vad har hänt i utvecklingen i ämnet?

00:03:26 Gäst: Johan Säwensten

Men det har hänt jättemycket i utvecklingen och absolut blivit populärare, så att i media så har det varit någon kurva som har liksom gått upp och ner. Men konstant så går kurvan uppåt i alla fall. För 15 år sedan, då var det mycket eldsjälarna som jobbade med hållbarhet. Då var det mycket att man kom till ett bolag och så var det vd:n som hade ringt in en och sa, du jag satt och pratade med mina barn här igår och de frågade vad jag som vd gör för att rädda världen, så fick jag jättedåligt samvete så nu känner jag att vi måste göra någonting. Vi måste ta tag i vår miljöpåverkan till exempel. Medan nu för tiden så är det mycket mer att vi får krav från våra ägare eller att vi ser att vi har en jättepoteential att ta marknadsandelar om vi kan skapa bättre produkter ur ett visst perspektiv till exempel, så att det har ju blivit mycket mer marknadsdrivet och affärsdrivet under de senaste åren.

00:04:11 Programledare: Jonas Jaani

Har det också blivit lagdrivet?

00:04:14 Gäst: Johan Säwensten

Väldigt mycket med lagdrivet har det också blivit framför allt under de senaste tre åren, skulle jag säga för europeiska bolag. Som om man kan säga fram till tre år sedan så var det mycket marknadsdrivet. Sen kom EU och sa att nu ska vi ta tag i det här området och göra compliance av det och började rulla ut väldigt mycket hållbarhetsrapporteringsregler och andra regler inom det här området. Det som har hänt nu senaste halvåret är att EU har fått kalla fötter. Mycket på grund av Trump och att de känner att EU tappar konkurrenskraft och det har blivit politiskt viktigt för EU att kunna visa att vi måste dra tillbaka mycket av den här regleringen så att just nu är vi inne lite av en kaosperiod kan jag väl säga där EU har börjat rulla tillbaka mycket av regleringen. Många företag har investerat ganska mycket att börja förbereda sig för det här och nu är det många som är väldigt villrådiga och står och vet liksom inte riktigt: hur ska vi hantera det här?

00:05:08 Gäst: Johan Säwensten

För mig så är det mycket gå tillbaka till grunden. Se till att fokusera på det som känns vettigt ur ett affärsperspektiv som känns vettigt, liksom vilken information känns vettig att delge. Era intressenter och sen så får man lösa compliance-biten när EUEU väl har sagt sitt.

00:05:25 Programledare: Jonas Jaani

För där kommer väl jag in i bilden då, och min nyfikenhet utifrån digitaliseringspodd också. Det handlar ju om någon form utav datadriven hållbarhetsrapportering, alltså att integrera det här i befintliga system. Slippa och manuellt jobba med att rapportera hållbarhet. Jag har sett många sådana exempel där man har miljöingenjörer eller någonting som sitter heltid med det där och rapporterar det här. Det har funnits väldigt mycket trubbigt där för redovisningen. Men nu är jag ju från en enskild del utav av det här, men känner du att redovisningen har blivit viktigare än ämnet?

00:06:11 Gäst: Johan Säwensten

Ja nu senaste åren, absolut 100 %, har det blivit så och det är ju mycket med de här nya EU-kraven som har kommit. Då har företagen, det har varit omfattande, det har varit så fruktansvärt mycket som bolagen behöver rapportera och mäta så att man har behövt lägga hela sin hållbarhetsbudget på "hur ska vi få ordning på de här nyckeltalen och mätetalen?" Men i och med att vi börjar se att det skärs ner nu på hur mycket man kommer behöva rapportera på i slutändan så ser jag också att det börjar gå tillbaka lite mer till att faktiskt fokusera på – okej, hur kan vi som bolag förbättra vår hållbarhetsprestanda, hur kan vi göra för att minska våra utsläpp eller förbättra våra arbetsvillkor eller vad det nu handlar om.

00:06:49 Programledare: Jonas Jaani

Ja precis, och då får vi hänga på lite där tycker jag. För du har ju de goda exemplen med dig, 15 år. Vad skulle du säga från början till slut är en organisations resa till ett bra ESG, finns det någon KPI som heter det? Men det kanske också är lite subjektivt från dig vad du väljer för exempel här?

00:07:08 Gäst: Johan Säwensten

Det är det nog absolut skulle jag säga. Men vad som är grunden i vad jag tycker då, så är ju den gamla klyschan "what gets measured, gets managed". Den gäller ju väldigt mycket här också. Mycket så som jag har jobbat med många bolag som jag har jobbat med. Där har man kommit in första året och sagt att ni vill börja jobba mer med hållbarhet. Vi börjar bara mäta lite. Vi kommer inte förändra någonting i er verksamhet utan vi kommer in här. Vi kanske ska mäta lite hur mångfalden ser ut i styrelsen eller vi ska mäta hur era växthusgasutsläpp ser ut och det tycker väl alla det låter väl vettigt och det är klart att vi vill ha bättre mätetal för att se hur vår verksamhet presterar.

00:07:44 Gäst: Johan Säwensten

Men sen när man har kanske ett eller två års mätserie om man börjar få upp någon KPI som man ser ett stapeldiagram som går åt fel håll, då går det väldigt snabbt till ledningsgruppen säger att du så där kan vi inte ha det. Vi kan absolut inte ha någon indikator som sticker i väg, vad ska vi göra för att göra den där bättre? Och sen så börjar det snurra i gång. Så det känns ju som att det är väldigt mänskligt att vilja göra saker bättre så fort vi har ett mätetal på det, och det skulle jag säga, det är ju första steget som man som företag behöver ta och förstå, liksom vilka områden är viktiga för oss, få in ett mätetal för det och sen efter det så blir det liksom, ett självspelande piano är väl mycket att ta i, men lite så och då blir det väldigt enkelt på hur ska vi bygga in det här i verksamheten?

00:08:27 Programledare: Jonas Jaani

Är det något speciellt ämne? Återigen, för mig sker ju väldigt mycket, det är dyr mjöl, social och bolagsstyrning. Är det något ämne som man mäter, till exempel kön, alltså är det något sådant som tas med?

00:08:38 Gäst: Johan Säwensten

Ja men absolut, det är många sådana här indikatorer som mäter. Det är ju allt ifrån energiförbrukning på kontoret eller i fabriken till hur mycket växthusgasutsläpp har vi från våra tjänsteresor och från våra leverantörer, till hur är könsfördelningen, sjukskrivning? Hur ser våra styrningstrukturer ut i bolaget och sådana saker, så att det är ju mångfacetterat olika indikatorer som man mäter.

00:09:02 Programledare: Jonas Jaani

Har du någon som har gjort ett arbete och redovisat sina siffror när det gäller i ESG ut på marknaden och fått tillbaka väldigt mycket? Har du något sådant exempel?

00:09:16 Gäst: Johan Säwensten

Ja, men det skulle jag absolut kunna säga, alltså det finns lite klassiska exempel från bolag som har börjat gå före lagstiftningen till exempel, börjat mäta någonting och insett att vi släpper ut – om det var på åttiotalet vi släppte ut freoner eller något dåligt syremedel, till exempel Electrolux var väldigt tidig ut med det här. De märktes att köldmedel har en dålig växthusgaspåverkan. De såg till att snabbt ta bort det ur sina produkter och sen gick de till politikerna och började lobba för det och säga ni måste göra de här köldmedlen olagliga eller väldigt dyra att använda. Och sen implementerande politikerna i och då hade Electrolux en väldigt stark fördel mot sina konkurrenter som inte än hade fasat ut det där.

00:09:54 Gäst: Johan Säwensten

Så att absolut, det finns väldigt många sådana exempel på bolag som bygger in det i varumärket eller gör det i verksamheten. Ett annat exempel, som jag tycker är väldigt bra, det är Polestar som också är väldigt progressiva och bygger in hållbarhet in i varumärket. De har gått ut och sagt att vi ska producera en helt klimatneutral bil till 2040.

00:10:16 Gäst: Johan Säwensten

Och bygger upp hela varumärken i den delen som gör dem jättebra. Hållbarhetsrapportering kring hur går det här? De visar transparent både vilka möjligheter och utmaningar det här är och hur lätt och hur svårt det är att göra allt det här, och en utmaning som ett bolag som Polestar har det är att de kan ju inte göra den här omställningen själva, utan ska de nå till den här klimatneutrala bilen, då måste de få med sig hela leverantörskedjan så att de behöver ju verkligen kunna visa upp data, få med sig leverantörerna och få även alla leverantörer med på banan.

00:10:45 Programledare: Jonas Jaani

Och nu är jag ju nyfiken då. Återigen, det är digitaliseringens podcast som vi brukar kallas. Det här kräver ju system, det kräver integrationer. Det kräver mycket flöde utav data. Du nämnde till exempel att EU har haft eller har en lag. De balanserar lite hur mycket de ska styra på den, men alltså vad, vad gör man här? Alltså är det nya system man måste köpa in eller är det som vilket annat arbete som helst där det blivit nytt fält i affärssystemet. Hur brukar det gå till för att kunna mäta och få ut de här i data?

00:11:21 Gäst: Johan Säwensten

Ja, men mycket så är det ju. Det är ju som en liten ny bransch som har växt fram här under de senaste fem, tio åren. Det har kommit som nya affärssystem för hållbarhet kan man säga så att där är det ju mycket mer liksom, hur kan man på enklaste sättet fånga upp all denna data i organisationen, sammanställa det och räkna ut den här datan och rapportera på den här datan, så att det är absolut som en ny bransch som växer fram inom hållbarhetsrapportering.

00:11:47 Gäst: Johan Säwensten

I dagsläget så är det ju en ganska liten bransch. Kollar man på något mellanstort bolag så kanske man har tio finansiella controllers så då kanske du har en sån här hållbarhets-controller eller ESG-controller som sitter och ansvarar för hållbarhetsdata och jobbar i sitt system. Sen är det ju mycket att koppla ihop allt det här i slutändan också, för alla systemen behöver ju prata med varandra.

00:12:07 Programledare: Jonas Jaani

Från mitt vardagliga jobb som konsult, så jag känner att det har varit lite trubbigt. Det har varit lite manuellt. Det här känns lite dyrt.

00:12:16 Gäst: Johan Säwensten

Och det har det nog varit också. Det har varit jobbigt, som med alla nya områden, så har det varit det. Men jag menar, nu är jag partisk som kommer från en plattform för att samla in hållbarhetsdata. Vi lägger ner jättemycket resurser på att göra det här så enkelt som du bara går och nu med AI-utvecklingen som alla bolag såklart jobbar jättemycket med, så finns det ju såna väldigt spännande potentialer i det, både med att låta agenter gå ut och hämta in datan till att sen också när du har all data insamlad låta en LLM eller liknande skriva en första draft av hela din hållbarhetsrapport baserad på all den data du har i systemet, så att jag tror ju också att vi kommer kunna effektivisera det här arbetet väldigt mycket och jag tror inte att det behöver bli lika omfattande och dyrt som ändå den finansiella rapporteringen är, så tror jag vi kommer kunna nå liknande slutresultat med väldigt mycket mindre medel.

00:13:09 Programledare: Jonas Jaani

Det du sa alldeles nyss här, det i min hjärna konverterar bort till 50 % jobb där det hjälptes till. Hur går det för er i det arbetet? För det är ju någon form utav både verktyg, det handlar om AI, det handlar om integration, så jag är nyfiken hur går det? Blir det bra resultat, för det är ju oftast där man landar i liksom AI på allt, men det ska ju bli bra också.

00:13:41 Gäst: Johan Säwensten

Absolut, det är klart att det måste bli bra och jag menar, vi är inte än så länge i dagsläget att vi kan släppa lösa en AI att göra jobbet själv utan än så länge så behöver det vara en människa i loopen hela tiden. Men det är mycket, som du var inne på där, tidsbesparingen. Det är ju den som är den stora. Kan vi få hjälp av AI att ta fram en första draft på någonting istället för att sitta och skriva på ett blankt papper, då kanske du skär bort 70 % av arbetsinsatsen eller liknande.

00:14:06 Gäst: Johan Säwensten

Så att där har vi väldigt bra effekt just nu. Och även hållbarhet, ESG, det är ett komplext område och det är oftast de som jobbar med det, de har oftast inte så lång bakgrund inom det här området. De har oftast inte jobbat så mycket med det, så att bara att känna att man har en tydlig liksom AI-kollega som man vågar lita på för att kunna ställa de dumma frågorna så hjälper det också till väldigt mycket.

00:14:31 Programledare: Jonas Jaani

Vilka branscher känner ni att ni trivs bäst med och vilka i branschen trivs bäst med er?

00:14:38 Gäst: Johan Säwensten

Ja, men vi jobbar faktiskt väldigt brett över många olika branscher så att inte något branschspecifikt så. Över lag så kan man ju säga att bolag som har mer komplexa verksamheter som behöver samla in data från många olika sajter eller liknande. De har ju större behov av att ha en sådan här plattform som vi tillhandahåller och ser ju då mycket bättre return on investment på den investeringen, så att ju mer komplex en verksamhet är desto bättre är väl det skulle jag säga för oss som kundcase. Men vi jobbar med allt ifrån fastighetsbolag till tung industri, till food and web och partihandel. Och ja, allt däremellan.

00:15:17 Programledare: Jonas Jaani

Jag var inne på det lite förut. Vilka utmaningar brukar ni stöta på mest inom hela området i ESG hos era kunder?

00:15:30 Gäst: Johan Säwensten

Också ganska olika skulle jag säga beroende på inriktning, men något som är viktigt – man måste ju ha en ledningsgrupp som är med på banan, annars så kan det snabbt sätta käppar i hjulet så att man verkligen har förankrat i toppen. Det är absolut en sådan utmaning om man inte har det. Då blir arbetet som med alla projekt väldigt mycket jobbigare.

00:15:52 Gäst Johan Säwensten

Sen kan det också vara så, många bolag har inte den här datan på plats i dagsläget så att det är ju väldigt mycket att börja från början. Det är väldigt svårt att tro att man ska gå från noll till 100 på ett år, utan det kommer ta tre, fyra år, kanske innan man får upp riktigt bra kvalitet på sin data också så att man behöver ju vara medveten om att det är lite av en resa som man ger sig in på, att man måste också ha den insikten att vi får förbättra det här över tid och bygga ut arbetet över tid.

00:16:22 Programledare: Jonas Jaani

Jag känner igen ekot ifrån de avsnitten vi har om AI. Det handlar inte så mycket om AI, utan det handlar om kvalitén på den data som ska in och sen bearbetas och det har alltid varit sant tänker jag.

00:16:36 Gäst: Johan Säwensten

Det verkar så, och det kommer väl alltid vara sant framåt också.

00:16:40 Programledare: Jonas Jaani

Och vi har varit och touchat lite nu, om vi skulle titta på ett avslut här, och för att ge lite tips framåt, men du har ju redan nämnt lite. Men skulle vi summera på slutet någon form av tankebild och göra-lista på hur man ska göra ett angrepp mot ESG. Det lät allvarligt, men att ta sig an det i alla fall?

00:17:08 Gäst: Johan Säwensten

Ja, nämen lite som vi var inne på. Verkligen se till att det är förankrat från ledningen från första början. Det tror jag är steg nummer ett. Så känna att styrelse/ledningsgrupp står bakom det här arbetet. Det är jätteviktigt. Sen nummer två så tror jag att det är jätteviktigt att man gör det datadrivet också i hållbarhet, historiskt sett också. Det har varit väldigt fluffigt så jag tror att det är väldigt viktigt att man har data som kan skära igenom det fluffet och göra det svårt att argumentera emot det man säger utan verkligen kunna visa svart på vitt att det här är vår påverkan. Ja, vid de här insatserna så kommer det leda till de här resultaten. Det gör ju också att det blir väldigt mycket enklare.

00:17:49 Gäst: Johan Säwensten

Så när man har fått upp den sen, datadrivenheten, då tror jag att det är bra om man kan försöka koppla ihop det så mycket som möjligt med affären också. För det är jätteviktigt att hållbarheten inte seglar iväg på sin egen spelplan, utan den måste vara knuten till affären. Vi har väl ett, just nu när vi spelar in det här, så är det mycket skriverier om Northvolt som gick i konkurs för några månader sedan och som nu förhoppningsvis har fått en ny amerikansk köparen. De hade ju jättebra produkt för den miljömässiga hållbarheten, men lyckades ju inte få den ekonomiska hållbarheten att fungera så att man måste få ihop alla de här dimensionerna i hållbarhetsarbetet. Annars så kommer det inte fungera, så den var också jätteviktig. Bind ihop det med affärsstrategin.

00:18:30 Programledare: Jonas Jaani

Är det här någonting man klarar själv eller måste man ha en partner? Nu kanske du är partymålet, men måste man ha en partner när man jobbar med ESG, måste man ha ett verktyg eller klarar man det här själv?

00:18:43 Gäst: Johan Säwensten

Ja, det är klart att det underlättar. Det är väl som alla områden. Det är klart att det underlättar att ta hjälp av en partner som har gjort den här resan många gånger tidigare med andra bolag, så självklart att ta hjälp av konsulter, ta hjälp av plattformar, verktyg. Det gör ju att starsräckan och den egna arbetsinsatsen blir mycket mindre. Men det är klart, om du verkligen ger dig den på det så kan du absolut göra arbetet själv också.

00:19:09 Programledare: Jonas Jaani

Jag tänker på, du nämnde AI-verktygen som kommer. Nu får man ju väldigt mycket hjälp av AI och så.

00:19:17 Gäst: Johan Säwensten

Men faktiskt, det är lite märkligt, för jag har träffat många mindre bolag som säger så här, nej, men vi har kommer inte ta in någon extern hjälp utan vi kommer börja och testa och leka lite med AI för att börja se hur det fungerar och sen när vi har blivit lite mer mogna, ja men då är vi nog redo att ta lite ny hjälp.

00:19:31 Programledare: Jonas Jaani

Ja, och innan vi slog på våra mikrofoner här så pratade jag också om att de yngre ser det här som naturligt arbete och viktigt. Är det någonting som du har statistik på eller känsla för?

00:19:46 Gäst: Johan Säwensten

Ja, men det finns ju många studier som visar hur ett bolag jobbar med hållbarhet är viktigare och viktigare för yngre generationer. Det är inte lika viktigt som vad siffran som står i lönekuvertet, men det är ändå en fråga som är högt uppe på agendan, man vill jobba för företag som har ett högre syfte och som kan visa att man har en positiv påverkan på omvärlden. Så att det tror jag är absolut en jätteviktig drivkraft för många av våra kunder.

00:20:17 Programledare: Jonas Jaani

Viktigt att påpeka här också på slutet är att Johans lista ligger också direkt nu i din podcastspelare och på bloggen på effekten.se. Är det någonting som vi ska tillägga så här på slutet? Johan, som vi har som vi har glömt bort eller vill förstärka?

00:20:32 Gäst: Johan Säwensten

Jag tror också bara lite så här, tips är ju att vi har pratat mycket nu om data, förankra internt och så. Det är liksom en bra grund och sen också, man behöver ju koppla på någon form av storytelling på det här och försöka hitta det här lite högre syftet för varför jobbar vi som bolag eller som organisation med hållbarhet? Och lyckas få till den storytelling, både internt och även externt. Vi har till exempel jobbat med många konsultbolag som inte har någon miljöpåverkan överhuvudtaget, men de har ändå jobbat väldigt mycket med att vi vill skapa hållbara lösningar för våra kunder och vi vill vara med och skapa framtidens hållbara samhällen och ha verkligen lyckats knyta ihop det till en bra hållbarhetsstrategi som får medarbetarna att sträva för ett högre syfte än och bara jobba för aktieägarnas bästa. Så att det tror jag också är någonting som man ska ta med sig när man jobbar med hållbarhet på strategiskt sätt.

00:21:21 Programledare: Jonas Jaani

Och tack Johan, och det finns alltid mer att säga, efter 20 minuter så, men vi har kontaktuppgifter till dig, det är ditt företag och lite länkar som du tipsar om i podcastspelaren och man kan ta kontakt med dig direkt här efteråt också, tack så jättemycket för att du var med i podden Johan.

00:21:45 Gäst: Johan Säwensten

Tack så hemskt mycket för att jag fick vara med.