

”ESG-kommunikation kan blive bedre”

Kommunikation til investorsiden er alfa omega, hvis man vil nå ud til den voksende skare af institutionelle investorer, der investerer i forhold til SRI og ESG-kriterier.

Hos PFA Pension fortæller Andreas Stang, at de i stigende grad får vejledninger fra investorerne i forhold til, hvordan de mener, at selskaber skal vurderes.

”Det skubber fokus videre og gør os interesserede i mere information fra selskaberne. Vi vil gerne vurdere de emner, der falder under paraplyen ESG, og det favner relativt bredt. For at kunne vurdere på et korrekt grundlag, er det vigtigt, at virksomhederne kommunikerer om det,” siger Andreas Stang.

Han oplever, at der er sket en ny udvikling fra selskabernes side, hvor mange er blevet langt mere offensive i forhold til kommunikation omkring SRI. Fx oplever de ofte, at selskaber tilbyder møder direkte relateret til ESG-faktorer.

”Det er i hvert fald en ny udvikling, at selskaber proaktivt kontakter os og tilbyder et møde, hvor man kan gennemgå tingene,” siger Andreas Stang.

Erik Alhøj, direktør i Engagement International, som hjælper investorer med aktivt ejerskab i forhold til ESG, mener, at mange danske selskaber er gode til at kommunikere til og brande sig over for investorer i forhold til ESG-kriterier.

”Der er nogle, som klart ligger i verdenseliten – både når det gælder kommunikation og implementering af ESG. De ved godt, at man ikke får noget ud af sine bestræbelser, hvis det ikke bliver kommunikeret ud – så fanger investorer og stakeholders det ikke,” siger Erik Alhøj, men understreger, at der også er plads til forbedringer hos de danske børsnoterede selskaber. Både hos nogle af de store, men særligt hos mindre selskaber - og både når det gælder implementering af SRI og ESG og kommunikationen omkring det.

”Hvis man kun kommunikerer, men ikke gør noget substantielt, så er det greenwashing, og det er jo det allerværste, man kan gøre, og det bliver opdaget. Men det nytter heller ikke noget, hvis man gør en masse, men ikke fortæller omverdenen om det,” siger Erik ALHøj.

Udvælg 10 specifikke ESG-forhold

Han giver et råd med på vejen i forhold til ESG-kommunikation til investorer.

”Hvis man gerne vil tage sig godt ud i forhold til institutionelle investorer, så skal man tænke på, hvad det er for 10 specifikke ESG-forhold, der er vigtige for ens forretning og sørge for at håndtere dem på en overbevisende måde i stedet for at sprede sig over for mange forhold,” siger Erik Alhøj, der her peger på ESG-elementerne environmental, social, governance, hvor hvert ESG-punkt vil være unikt for hver virksomhed.

Under ’environmental’ kan det fx være begrænsning af CO2 eller håndtering af spildevand, ’social’ kan fx berøre arbejdsforhold i produktionen internt hos selskabet og hos selskabets underleverandører eller påvirkning af en lokalbefolkning og nedbringelse af arbejdsulykker, mens ’governance’ er ledelsesmæssige aspekter og kan fx være aflønning af ledelsen.