

Fyrtio procent av företags värde kan försvinna när verkligt värdeskapande mäts

Brist på naturresurser, ett växande globalt välstånd och större socialt ansvarstagande påverkar företagens värde i allt högre grad. I takt med att dessa externa faktorer blir finansiellt påverkande tvingas företagen ta dem i beaktande vid strategiska beslut och framtida investeringar. Hur man kvantifierar företags verkliga ekonomiska, sociala och miljömässiga värdeskapande framgår av KPMGs nya rapport "A New Vision of Value".

Resursanvändning och andra kostnader som uppstår som sidoeffekter av företags verksamhet är på väg att internaliseras och hamnar i allt högre grad i företagens egna resultaträkningar. Påverkan sker genom nya regleringar, skatter, certifieringar och ökande krav på självreglering.

- Företagsledare måste förstå vilken *lagstiftning*, vilka *intressegrupper* och vilka *marknadsmekanismer* som påverkar just deras affär, säger Helena Mueller, hållbarhetsexpert på KPMG. Men det räcker inte. De måste även kvantifiera värdeskapandet. Hur påverkas din affärsmodell av att du får ett pris på ditt sociala värdeskapande? Hur påverkas dina investeringar om du måste betala den samhällseliga kostnaden för ditt vattenanvändande? Vi kan visa att det finansiella resultatet minskar med uppemot 40 procent i vissa branscher om verkligt värde skulle redovisas. I andra företag kan det visa sig att verkligt värde är betydligt högre än det finansiella.

I KPMGs rapport *A New Vision of Value* presenteras en ny modell för att kvantifiera socialt värdeskapande. Modellen är utformad för att mäta de faktiska externa värden som uppstår, såväl ekonomiska som sociala och miljömässiga, samt hur de slår mot företagets resultaträkning.

- En organisation som ska vara långsiktigt hållbar måste göra tre saker, säger Helena Mueller – 1) Skaffa kunskap om företagets verkliga värde, 2) kunna riskvärdera framtida verkliga intäkter och kostnader samt 3) ta investeringsbeslut som på ett kostnadseffektivt sätt skapar både aktieägar- och samhällsvärde. De flesta vet att hållbarhetsfrågan är viktig men många vet inte hur man mäter verkligt värdeskapande. Framtiden tillhör de företag och organisationer som gör detta löpande och har ett långsiktigt helhetsperspektiv.

För mer information, vänligen kontakta:

Helena Mueller, Hållbarhetsexpert, KPMG Sustainability Consulting, tel. +46 73 327 22 54, helena.mueller@kpmg.se
Daniel Dellham, Ansvarig för KPMG Sustainability Consulting, tel: +46 70 580 70 40, daniel.dellham@kpmg.se
Joakim Löfgren, Pressansvarig, KPMG, tel: + 46 70-653 00 77, joakim.lofgren@kpmg.se

Rapporten "A New Vision of Value" är en uppföljare till rapporten "Expect the Unexpected", där KPMG beskrev tio megatrender som påverkar företagen nu och i framtiden. Rapporten "A New Vision of Value" hittar du här:>>

Om KPMG

KPMG erbjuder branschspecifika och kvalificerade tjänster inom revision, skatt och rådgivning. Genom vårt globala nätverk är vi ett av världens ledande kunskapsföretag med 155 000 specialister i 155 länder. I Sverige har vi stark lokal förankring med 1 600 medarbetare på 60 orter.

Sustainable Firm of the Year 2014 for a third consecutive year (International Accounting Bulletin Awards)