

DET HÅLLBARA FÖRETAGANDET

Kraven, förväntningarna och vinsterna för svenska företag.
En rapport från Tele2 Företag i samarbete med Kantar Sifo.



TELE2
● ● ● ● ● ●
FÖRETAG

ETT MER HÅLLBART FÖRETAGANDE

Hållbarhetssatsningar blir en alltmer självklar och integrerad del av verksamheten för svenska företag, myndigheter och organisationer. Dels för att vi ser ökade lagkrav, men också för att miljö- och klimatpåverkan är en av vår tids stora frågor, och något som berör oss alla. Klimatförändringar och katastrofer runt om i världen sommaren 2021 visade med all tydlighet att vi snabbt måste agera. Samtidigt ser vi också ökade förväntningar och krav från ägare, ledning och medarbetare såväl som från externa parter där kunder, leverantörer, intressegrupper och allmänheten engagerar sig i dessa frågor.

För oss på Tele2 är det en självklarhet att sträva efter att minska vårt klimatavtryck, och vi är stolta över att vi är Nordens första telekomoperatör som är klimatneutral i den egna verksamheten. Vi knyter också vårt arbete till FNs globala mål genom att verka för en cirkulär ekonomi, hållbar innovation, inkludering på arbetsplatsen samt en trygg digital tillvaro för barn och ungdomar.

Vi vill hjälpa våra företagskunder till ett mer hållbart företagande, genom insikter och genom tjänster och lösningar som kan bidra. Som en del i detta arbete släpper vi, i samarbete med Kantar Sifo, den här rapporten där 400 beslutsfattare har fått svara på frågor om hållbarhetsarbete både i den egna verksamheten och i stort.

Undersökningen visar att fler än 8 av 10 de tillfrågade ser möjligheter inom it och telekom som verktyg i hållbarhetsarbetet, framför allt för att minska resandet och effektivisera processer. Där ser vi fram emot att kunna få hjälpa våra partners och kunder.

Samtidigt är det bara 3 av 10 företag som ser möjligheter att minska sin miljöpåverkan i och med övergången till 5G. Där måste vi bli bättre på att informera om de vinster som finns att hämta och hur man med IoT-lösningar, i kombination med 5G, kan arbeta smartare.

Jag hoppas att du kommer att uppskatta rapporten och hitta mycket intressant att bygga vidare på. En av de mest glädjande insikterna för mig personligen är att beslutsfattarna anser att hållbarhetsarbetet faktiskt bidrar till nya affärer och tillväxt för den egna verksamheten.

Hör gärna av dig om du vill veta mer och diskutera hur vi kan hjälpa er med lösningar som bidrar till ert hållbarhetsarbete.

Trevlig läsning!

Stefan Trampus
Affärsområdeschef, Tele2 Företag

Om rapporten

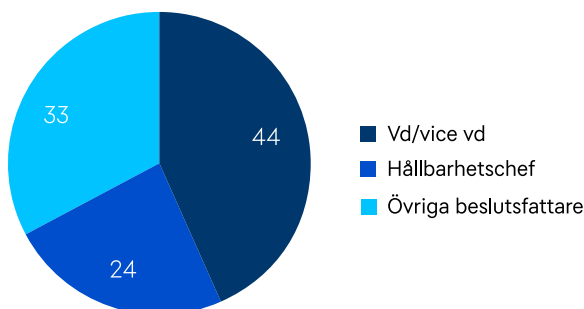
Hållbarhet är ett stort begrepp som kan innefatta allt från miljöfrågor, jämlikhet och sociala frågor till bolagsstyrning. I den här rapporten tar vi reda på vilka delar som ingår i svenska företags hållbarhetsarbete, men fokuserar på det arbete som rör miljöfrågorna.

Undersökningen bygger på svar från chefer i beslutsfattande position som exempelvis vd, vice vd, marknadschef, it-chef och hållbarhetschef. Hållbarhetschefernas svar redovisas på sidorna 9, 10, 12, 19, 21 och 22.

Totalt intervjuades 400 personer under perioden 17 maj till 9 juni 2021.

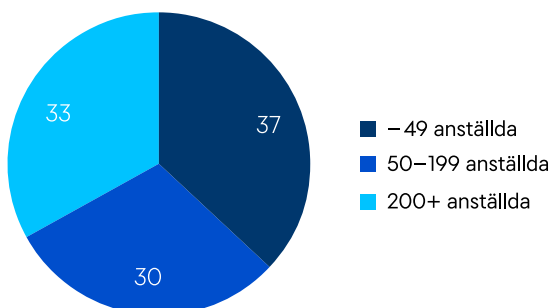
Yrkesroll

Diagrammet visar %



Antal anställda

Diagrammet visar %



De tillfrågade arbetar i företag av olika storlekar, från egenföretagare till stora koncerner.

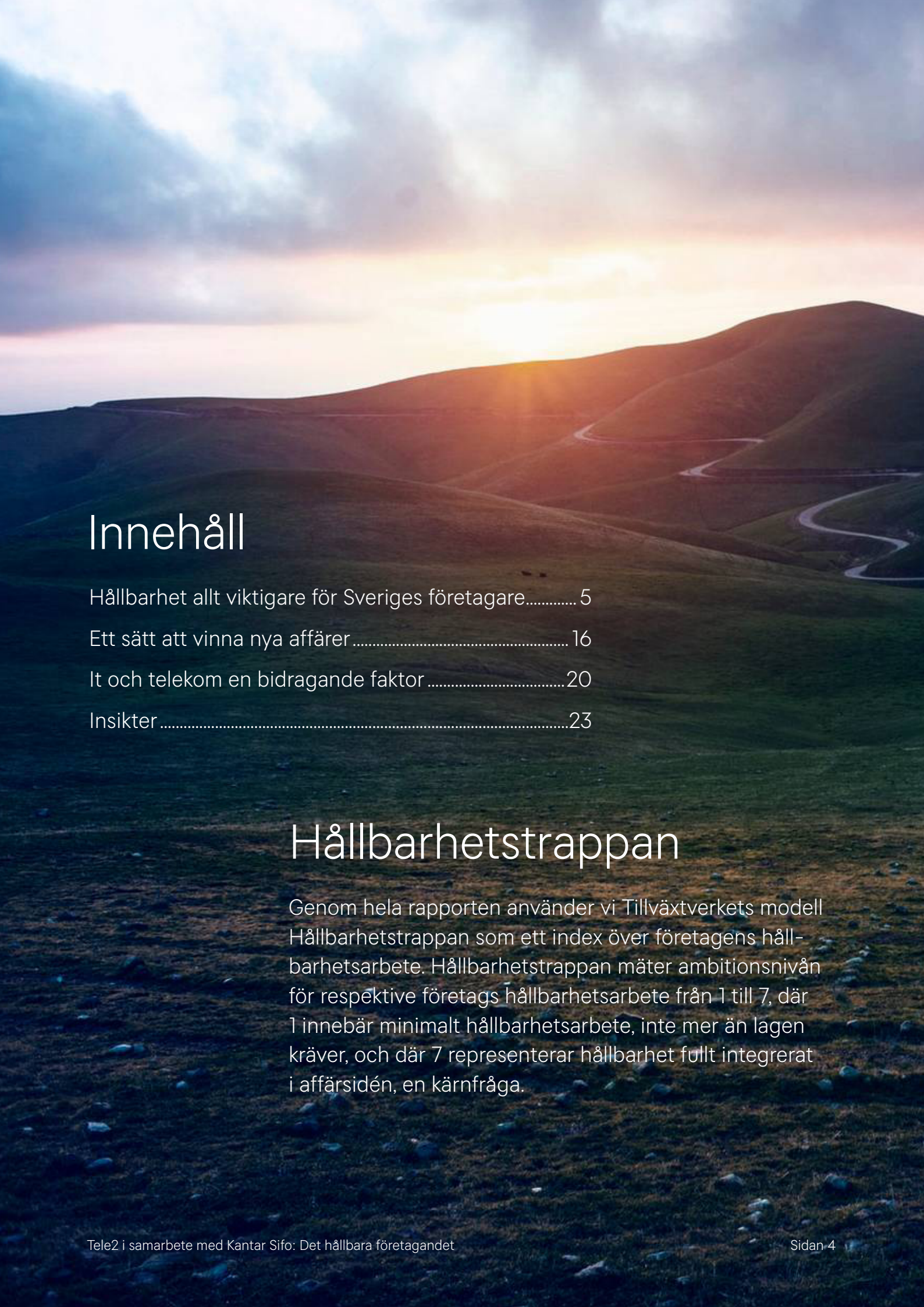
Uppdelningen i sektorer grundar sig i en gruppering av olika branscher som har likheter. Tillverkningssektorn inkluderar tillverkning/industri, transport och bygg/anläggning. I servicesektorn ingår detaljhandel, service/tjänster, offentlig sektor, hälsa/sjukvård och hotell/restaurang. Kunskapssektorn omfattar bank/finans/försäkring, kunskap/utbildning och uppdragsverksamhet.

Branschtillhörighet

Diagrammet visar %

- Tillverkningssektorn
- Servicesektorn
- Kunskapssektorn





Innehåll

Hållbarhet allt viktigare för Sveriges företagare.....	5
Ett sätt att vinna nya affärer	16
It och telekom en bidragande faktor	20
Insikter	23

Hållbarhetstrappan

Genom hela rapporten använder vi Tillväxtverkets modell Hållbarhetstrappan som ett index över företagets hållbarhetsarbete. Hållbarhetstrappan mäter ambitionsnivån för respektive företags hållbarhetsarbete från 1 till 7, där 1 innebär minimalt hållbarhetsarbete, inte mer än lagen kräver, och där 7 representerar hållbarhet fullt integrerat i affärsidén, en kärnfråga.

Hållbarhet allt viktigare för Sveriges företagare

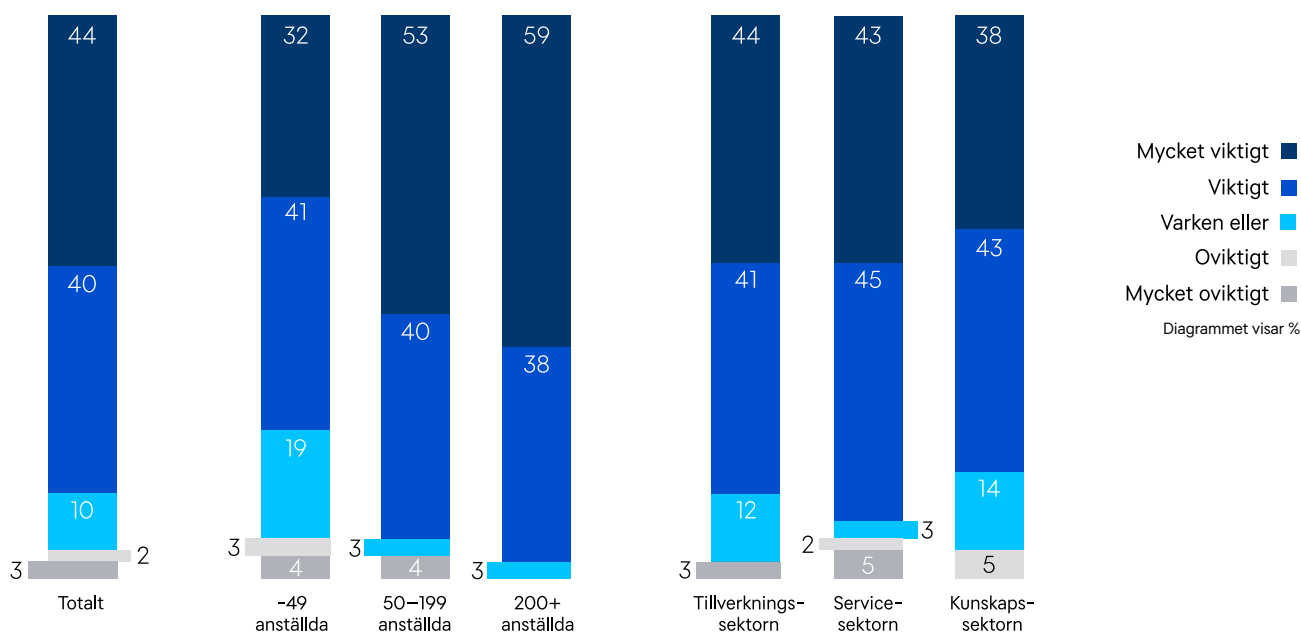
8/10

företag tycker att hållbarhet är kritiskt för verksamheten

Bland beslutsfattare hos större företag upplever 97 % att hållbarhet är viktigt eller mycket viktigt för verksamheten. Även bland mindre företag ser vi en klar majoritet, då 73 % av dessa beslutsfattare svarar att det är viktigt eller mycket viktigt.

Totalt sett anser fler än 8 av 10 företag att hållbarhetsarbetet har en stor inverkan på deras verksamhet. Bland alla som deltagit i undersökningen är det hela 44 % som svarar att hållbarhet är mycket viktigt för verksamheten.

Hur viktigt tycker du att hållbarhetsarbete är för er verksamhet?



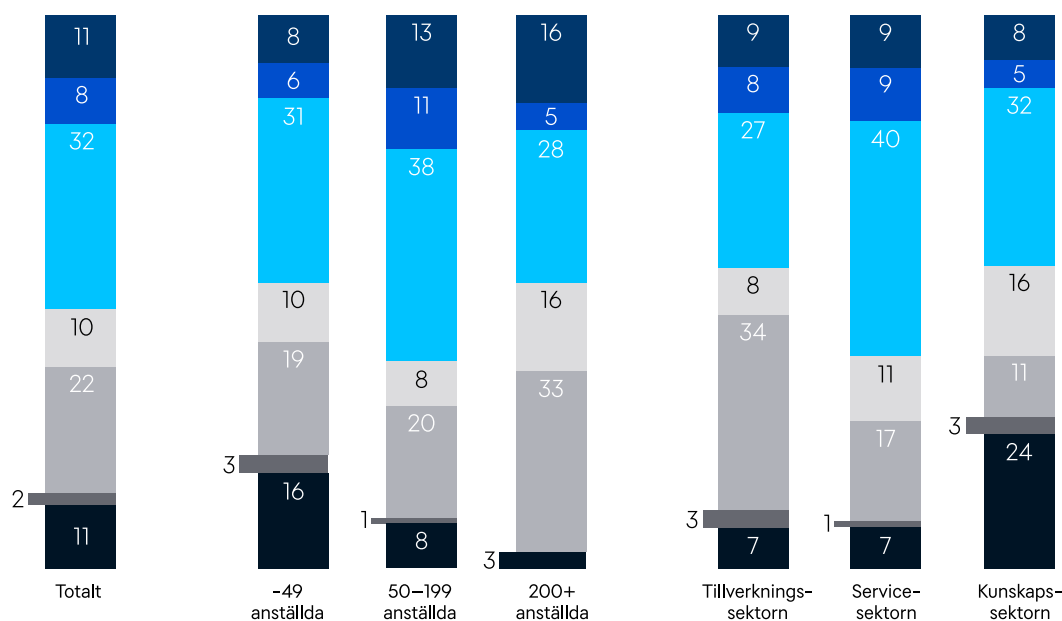
Ambitionsnivån i hållbarhetsarbetet mätt i hållbarhetstrappans sju steg

Diagrammet visar %

7. ■ Hållbarhet fullt integrerat i affärsidén, kärnfråga
6. ■ Hållbarhet är integrerat i verksamheten i alla avdelningar/processer
5. ■ Hållbarhet är integrerat i verksamheten i alla avdelningar/processer
4. ■ Hållbarhet i enskilda aktiviteter i vissa avdelningar/processer
3. ■ Hållbarhet i enskilda aktiviteter i vissa avdelningar/processer
2. ■ Hållbarhet i enskilda aktiviteter i vissa avdelningar/processer
1. ■ Minimalt hållbarhetsarbete, inte mer än vad lagen kräver

9/10

företag gör mer
än lagen kräver

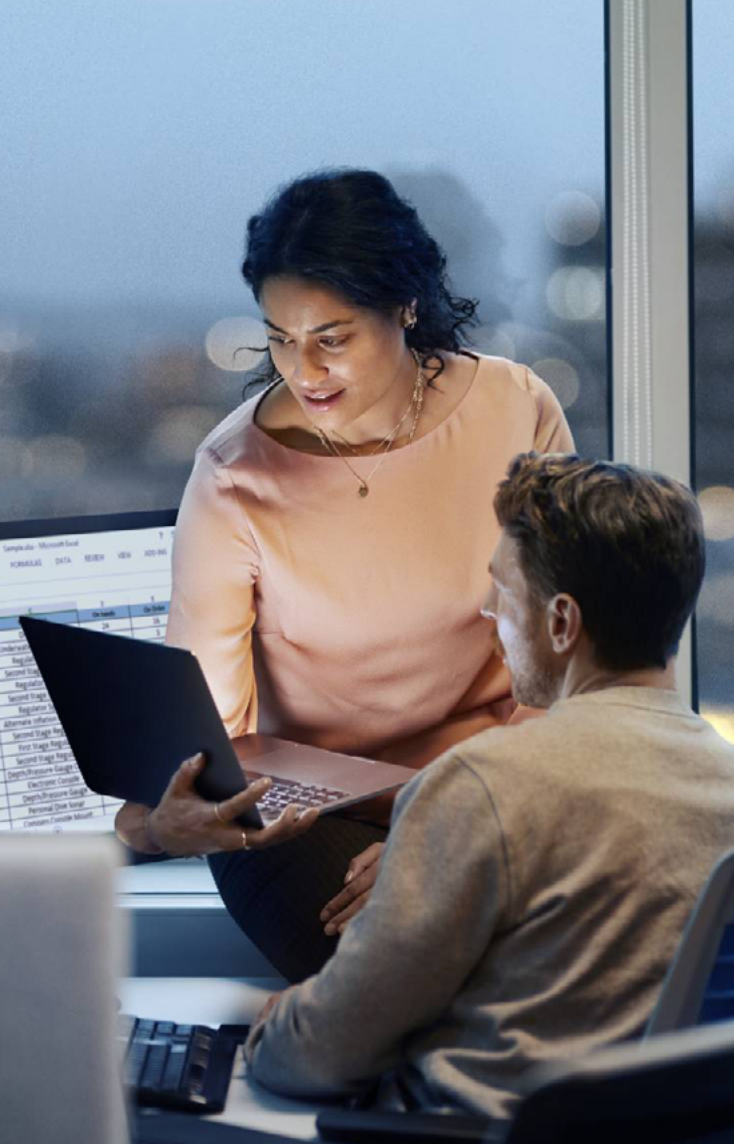


Bland de större företagen befinner sig 97 % på steg tre eller högre i hållbarhetstrappan, och gör alltså mer än lagen kräver. Samtidigt uppger 1 av 3 att hållbarhetsarbetet sker i enskilda projekt, snarare än att vara integrerat i hela verksamheten.

Bland medelstora företag är det hela 62 % som integrerat hållbarhet i hela verksamheten, och mindre än 1 av 10 gör endast vad lagen kräver.

Även de mindre företagen gör i regel mer än lagen kräver, men här ser vi också att 16 % inte gör mer än vad de måste.

Vi ser även att kunskapsföretag sticker ut som mindre aktiva i sitt hållbarhetsarbete.



Hållbarhet i alla delar av verksamheten

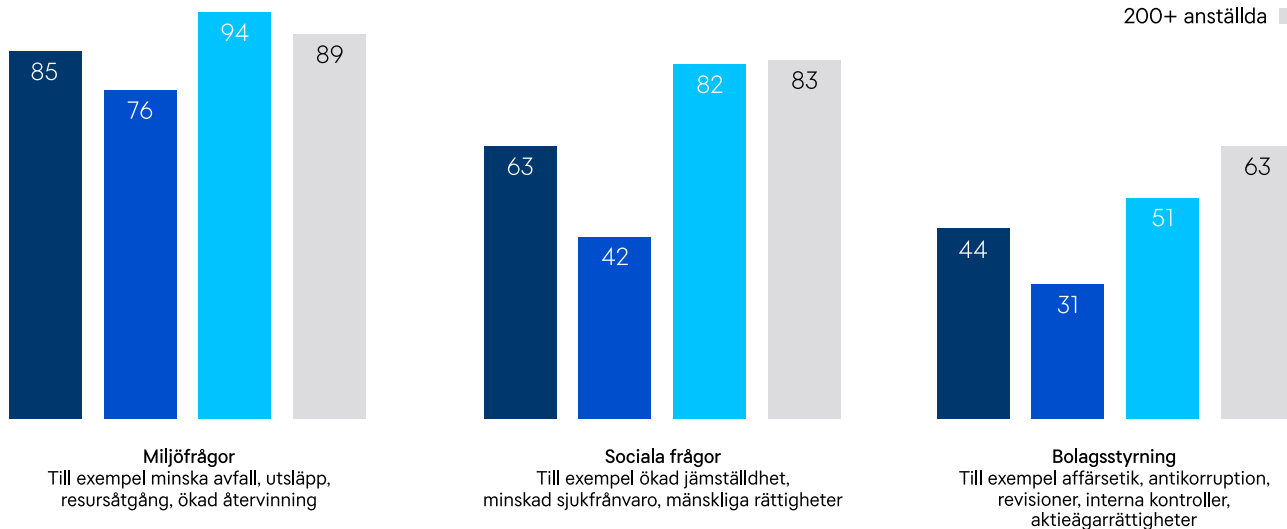
Miljöfrågor är det område som flest företag inkluderar i sitt hållbarhetsarbete, men bland medelstora och stora företag är det nästan lika vanligt att även sociala frågor som t ex jämställdhet ingår. Bolagsstyrningsfrågor som t ex affärsetik är något mindre vanligt även bland de större företagen.

Bland småföretagare är miljöfrågorna dominerande. Till skillnad från övriga är det betydligt färre av småföretagen som låter sociala frågor och bolagsstyrning vara en del av hållbarhetsarbetet.

Vilka områden täcks in av ert hållbarhetsarbete?

Diagrammet visar %

Totalt ■
 –49 anställda ■
 50–199 anställda ■
 200+ anställda ■



Hållbarhetsarbetet kommer att bli allt viktigare

De flesta beslutsfattare är övertygade om att kraven på hållbarhetsarbetet kommer att öka under de närmaste åren. Vi ser framförallt en tydlig förväntan bland de större och medelstora företagen, där 70 % tror att kraven kommer att öka. Även de mindre företagen tror på ökade krav, men här är motsvarande siffra 52 %.

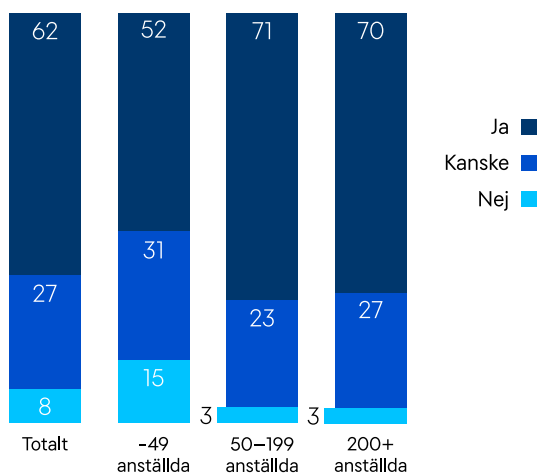
Vi ser också att hela 94 % av beslutsfattarna på större företag svarar att det egna fokuset på hållbarhet kommer att öka de närmaste åren. Bland de medelstora och mindre företagen tror man också på en ökning, men inte riktigt i samma utsträckning.

94%

av beslutsfattare på större företag säger att deras fokus på hållbarhet kommer att öka

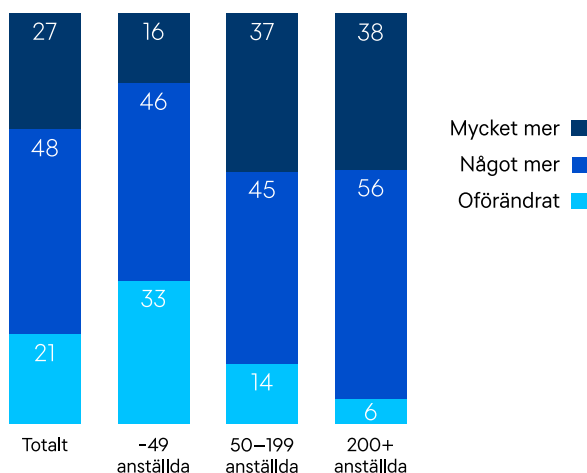
Tror du kraven på hållbarhetsarbete i er bransch kommer att öka de närmsta 5 åren?

Diagrammet visar %



Kommer din verksamhet ha mer fokus på hållbarhetsarbete de närmsta 5 åren?

Diagrammet visar %



Större företag tror på högre krav framöver

Vi ser att beslutsfattare på stora och medelstora företag tror att den egna verksamheten kommer ha mycket mer fokus på hållbarhet de närmsta fem åren.

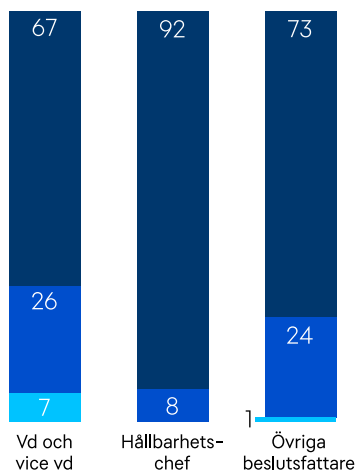
Det finns dock skillnader när vi jämför de olika grupperna. Bland vd och vice vd är det 67 % som tror att kraven kommer att öka, men inte i samma utsträckning som övriga beslutsfattare och hållbarhetschefer, där siffran är 73 % respektive 92 %.

92%

av hållbarhetscheferna tror att kraven kommer att öka i framtiden

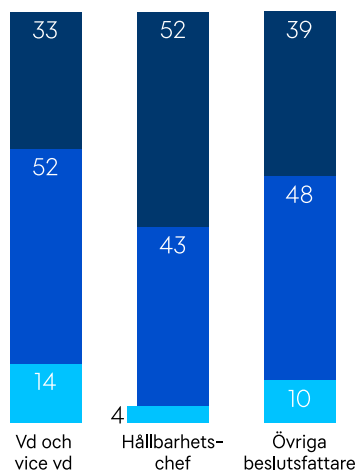
Tror du kraven på hållbarhetsarbete i er bransch kommer att öka de närmsta 5 åren?

Diagrammet visar stora och medelstora företag i %



Kommer din verksamhet ha mer fokus på hållbarhetsarbete de närmsta 5 åren?

Diagrammet visar stora och medelstora företag i %



En fråga som engagerar nästan alla

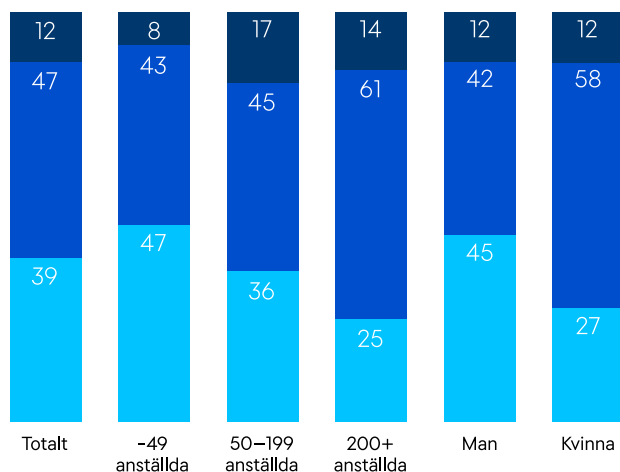
En förklaring till att många valt en ambitiös hållbarhetsstrategi är att man upplever krav från många olika intressentgrupper. I mer än 3 av 4 företag upplever man i ledningsgruppen att styrelsen/ägarna värderar hållbarhet högt.

Dessutom upplever 70 % att hållbarhetsarbetet är viktigt för deras kunder, och ett lika starkt tryck upplever man från de egna medarbetarna. Även från leverantörer och partners upplever nästan 6 av 10 på ledningsgruppsnivå att hållbarhetsarbetet värderas högt.

Tycker du personligen att ni borde jobba mer eller mindre med hållbarhet?

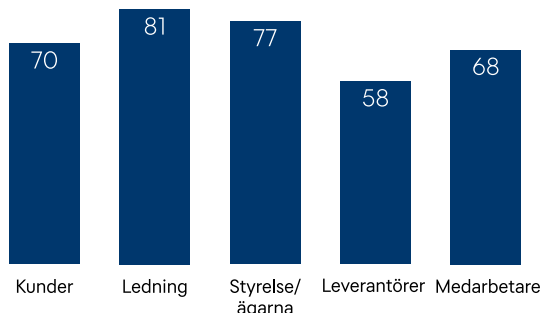
Diagrammet visar %

Mycket mer
Något mer
Oförändrat
Något mindre
Mycket mindre



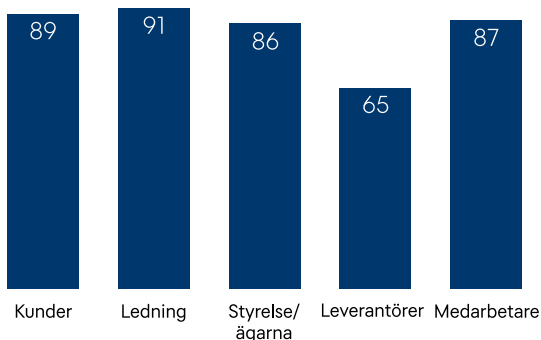
Hur viktigt upplever du att hållbarhetsarbetet är för...?

Diagrammet visar i vilken utsträckning vd/vice vd och övriga beslutsfattare har svarat "Ganska viktigt" och "Mycket viktigt" i %



Hur viktigt upplever du att hållbarhetsarbetet är för...?

Diagrammet visar i vilken utsträckning hållbarhetschefer har svarat "Ganska viktigt" och "Mycket viktigt" i %



Vi ser också att den personliga övertygelsen spelar roll, och att den ligger i linje med hur man upplever externa förväntningar. Mer än hälften av beslutsfattarna anser nämligen att man i det egna företaget borde jobba mer med hållbarhet. Tydligast syns viljan att satsa lite extra bland företag som idag ligger på steg 2-3 på hållbarhetstrappan.

Ledningens ambitionsnivå påverkar mest

Hur olika intressegruppers krav värderas varierar beroende på ambitionsnivån i det egna hållbarhetsarbetet.

Resultatet visar att ett ambitiöst hållbarhetsarbete förutsätter att företagsledning och styrelse tycker att det är viktigt.

Dessutom ser vi att hållbarhetsarbetet i de flesta fall behöver drivas på inifrån för att det verkligen ska ta fart.

Företags hållbarhetsarbete påverkas främst av:

- 1 Företagsledning
- 2 Styrelse/ägare
- 3 Medarbetare
- 4 Kunder
- 5 Leverantörer

Hur viktigt upplever du att hållbarhetsarbetet är för olika intressegrupper?

I kolumnerna är respondenterna sorterade utifrån var deras företag placerar sig i hållbarhetstrappan. Diagrammet visar svaren "Ganska viktigt" och "Mycket viktigt" i %

Högsta värde ■
Lägsta värde ■

Intressegrupp: kunder



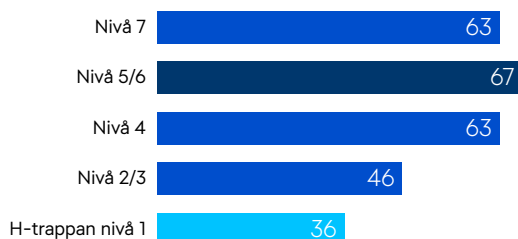
Intressegrupp: ledning



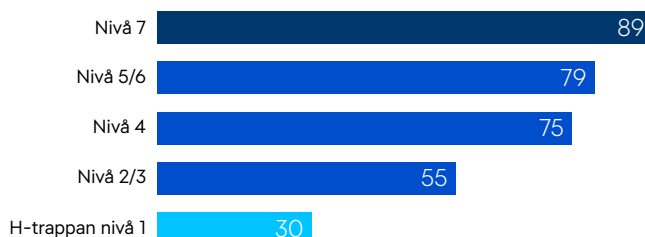
Intressegrupp: styrelse/ägare



Intressegrupp: leverantörer/partners



Intressegrupp: medarbetare



Större företag
ser fler fördelar,
mindre företag vill
göra rätt för sig



Att bidra till samhället är en viktig drivkraft för hållbarhetsarbetet. Men vi ser också att lagkrav, krav från kunder och en vilja att stärka varumärket är starka drivkrafter.

De större företagen ser fler anledningar till att bedriva hållbarhetsarbete än både mellan- stora och mindre företag.

En förklaring är att lagkraven är mer påtagliga för stora företag, men det är inte den enda anledningen. För stora och medelstora företag handlar hållbarhetsarbetet också i hög grad om att framtidssäkra bolaget och stärka varumärket.

78%

av de stora
och medelstora
företagen arbetar
med hållbarhet
för att stärka
varumärket

Av vilka anledningar bedriver ni hållbarhetsarbete?

Diagrammet visar hur många som angett respektive orsak i %.
Högsta och lägsta värdet för respektive kategori är färgkodat.

	-49 anställda	50-199 anställda	200+ anställda	Hållbarhets- chefer
För att bidra till samhället	68	68	80	81
För att möta lagkrav	55	70	81	82
För att stärka varumärket	47	78	78	87
Krav/förväntan från kunder	49	70	75	81
För att framtidssäkra företaget	47	69	73	81
För att stärka konkurrenskraften	40	64	69	84
Krav från styrelse/ägare	40	52	61	69
För att kunna vinna affärer/upphandlingar	38	57	47	73
Förväntan från medarbetare	30	43	59	71
Krav/förväntan från leverantörer/partners	30	28	38	37

4/10

större företag har anpassat produktionen av hållbarhetsskäl

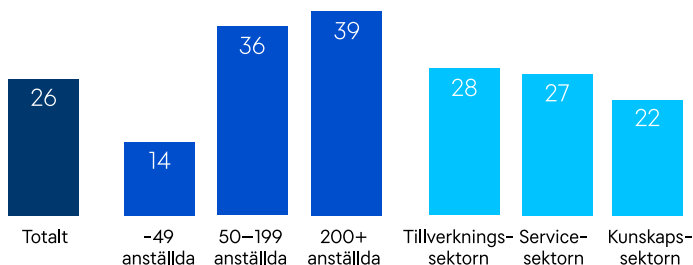


Bland medelstora och stora företag har fler än var tredje ställt om arbets- eller produktionsprocesser och fler än var fjärde företag har förändrat sitt erbjudande.

Även här ser vi dock att de mindre företagen är mindre aktiva än medelstora och stora företag. Endast 14 % har ställt om sina arbets- eller produktionsprocesser och 16 % har förändrat sitt erbjudande.

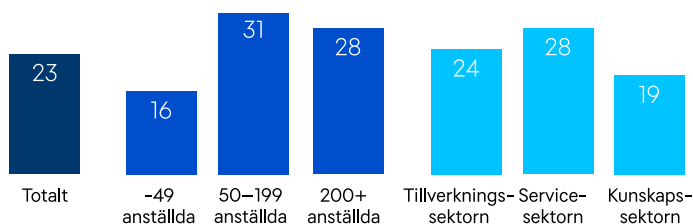
Vi har ställt om arbets- eller produktionsprocesser av hållbarhetsskäl

Diagrammet visar %



Vi har förändrat vårt erbjudande av hållbarhetsskäl

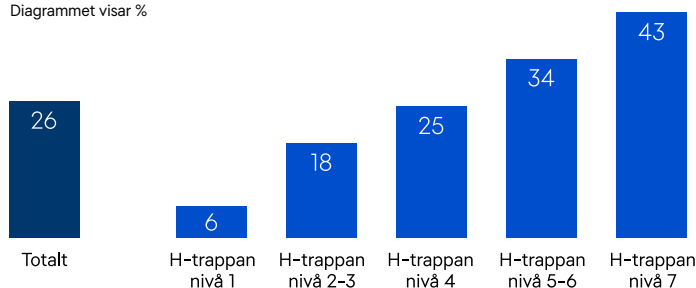
Diagrammet visar %



Höga ambitioner ger bättre resultat

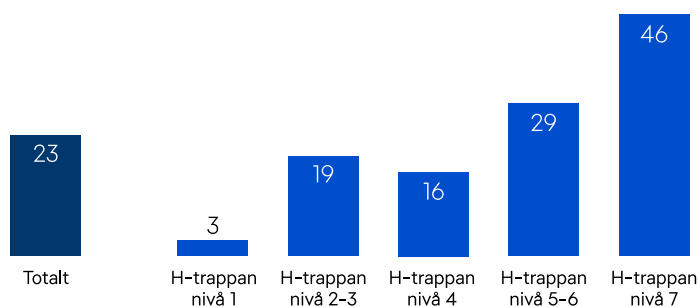
Har ställt om arbets- eller produktionsprocesser av hållbarhetsskäl

Diagrammet visar %



Har förändrat vårt erbjudande av hållbarhetsskäl

Diagrammet visar %



Arbets- eller produktionsprocesser har ställts om bland 34 % av de som befinner sig på trappsteg 5 eller 6 i hållbarhetstrappan. Av de företag som befinner sig på steg 7 har 43 % ställt om sina processer.

Bland de som är på trappsteg 5–6 har 29 % förändrat sitt erbjudande. Även här ser vi att det är stor skillnad när det gäller att ta det sista steget. Bland de som befinner sig på trappsteg 7 har hela 46 % förändrat sitt erbjudande.

Läs mer om hållbarhetstrappan på sidan 4.

Fler styrmedel och bättre uppföljning på större företag

Nästan alla större företag har någon form av styrning eller uppföljning av sitt hållbarhetsarbete. Vanligast är målstyrning samt att genomföra en miljörevision eller annan extern granskning. Fler än hälften av de stora företagen har också en hållbarhetsredovisning.

Även bland medelstora företag är det många som styr och följer upp sitt hållbarhetsarbete. Här anger 9 av 10 att de har någon form av styrning eller uppföljning.

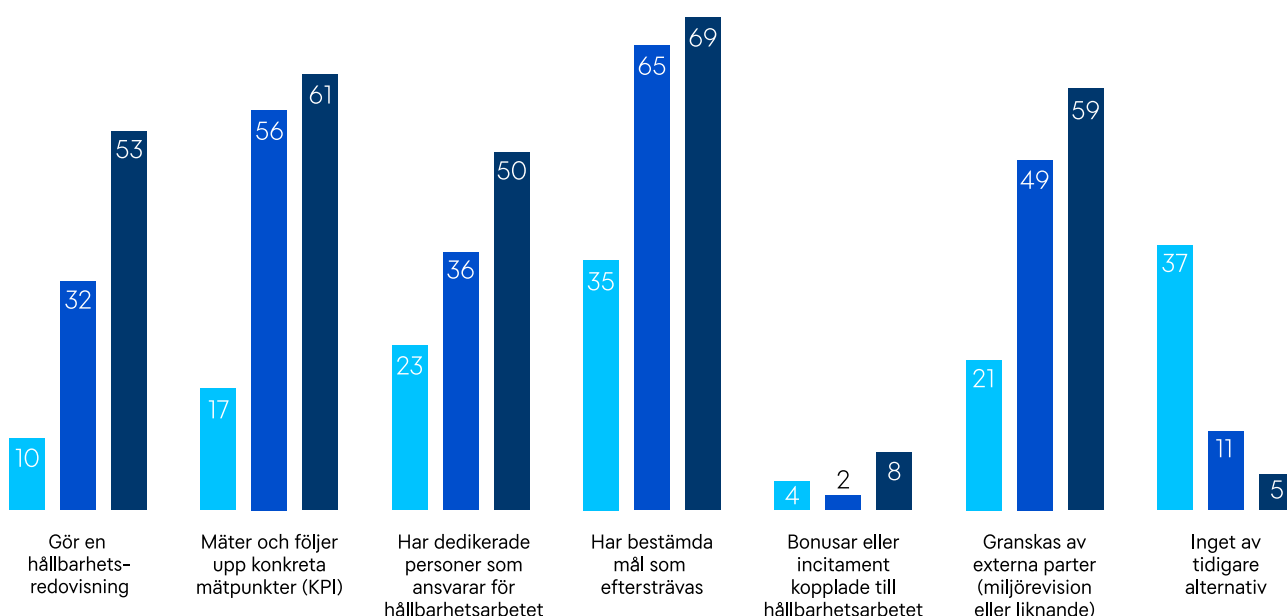
Bland småföretag ser vi ett annat förhållningsätt, då över 37 % inte har någon styrning eller uppföljning av sitt hållbarhetsarbete. Samtidigt har ändå nästan 1 av 5 någon som är ansvarig för hållbarhetsarbetet.

Ytterst få företag oavsett storlek har infört bonusar eller andra liknande incitament för att driva sitt hållbarhetsarbete.

På vilket sätt följer ni upp ert hållbarhetsarbete?

Diagrammet visar %

–49 anställda ■
50–199 anställda ■
200+ anställda ■



Ett sätt att vinna nya affärer

7/10

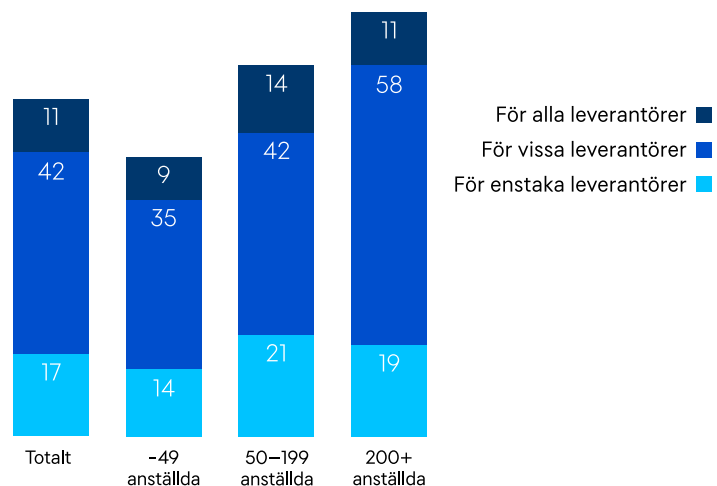
har hållbarhetskrav på leverantörer

När vi tittar på alla företag ser vi att bara 1 av 10 anser att hållbarhet är ett kriterium som samtliga leverantörer måste uppfylla.

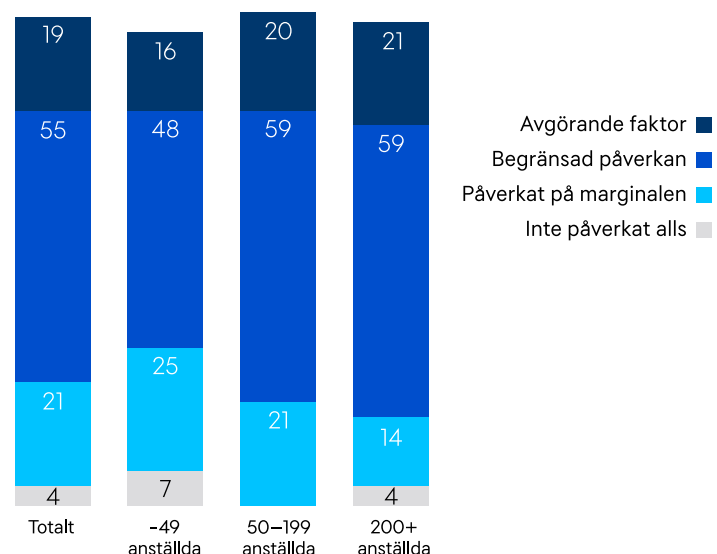
Bland mer ambitiösa företag, på steg 5–7 i hållbarhets-trappan, väljer man i högre grad leverantörer utifrån hur de arbetar med hållbarhet. För nästan var femte av dessa företag är hållbarhet ett krav för alla leverantörer.

För var femte företag har hållbarhet inte bara påverkat, utan varit en avgörande faktor vid val av de viktigaste leverantörerna.

Har ert val av befintliga leverantörer påverkats av hur de arbetar med hållbarhet?



För era viktigare leverantörer, i vilken grad har ert val av dessa påverkats av deras hållbarhetsarbete?





En ambitiös satsning på hållbarhet ger resultat

Bland stora och medelstora företag har 33 % respektive 38 % vunnit affärer på grund av det egna hållbarhetsarbetet. För mindre företag är det mindre vanligt att man vunnit affärer genom sitt hållbarhetsarbete.

En mer ambitiös hållbarhetsagenda verkar löna sig. Bland de företag som integrerat hållbarhet i verksamheten, i alla avdelningar och processer, upplever närmare vartannat företag att de vunnit affärer som en konsekvens av sitt hållbarhetsarbete.

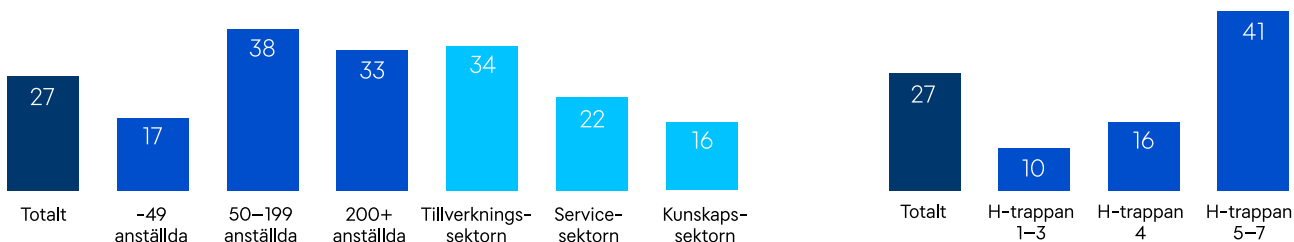
Bland de som enbart jobbar med hållbarhet i enskilda aktiviteter, i projektform eller bara följer lagkrav, och alltså befinner sig på steg 1–3 på hållbarhetstrappan, är det betydligt färre som upplever att hållbarhetsarbetet genererar affärer. Av dessa företag har endast var tionde upplevt det.

1/3

större företag
har vunnit affärer
på grund av sitt
hållbarhetsarbete

Vi har vunnit affärer/upphandlingar på grund av vårt hållbarhetsarbete

Diagrammet visar %



I framtiden blir hållbarhet än viktigare

61 % av de intervjuade beslutsfattarna anser att hållbarhetsarbetet kan generera tillväxt i verksamheten. Tittar vi på de företag som idag har en mindre ambitiös hållbarhetsagenda, ser vi att hälften av de intervjuade beslutsfattarna tror att hållbarhet kan skapa tillväxt framöver.

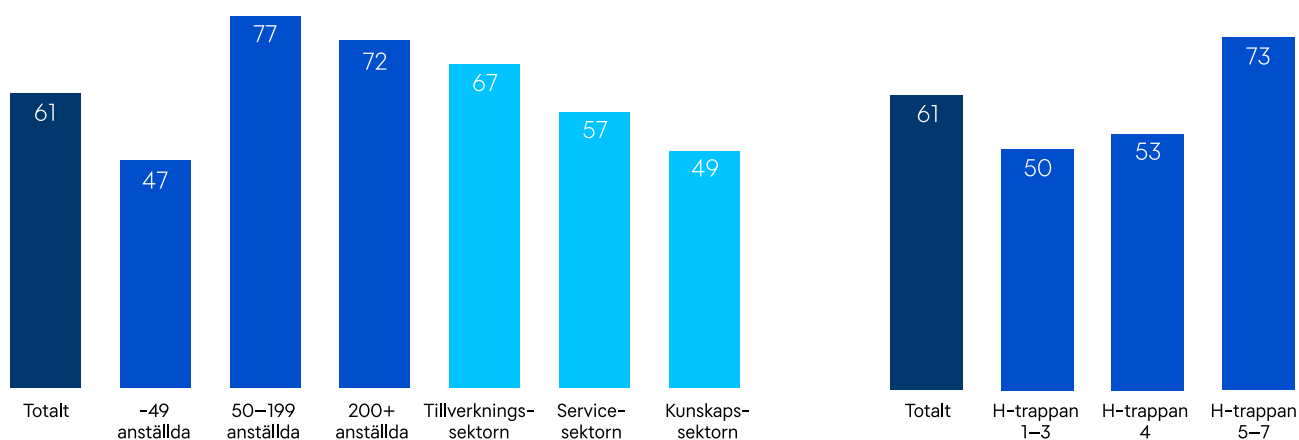
Jämför vi olika branscher ser vi att det i tillverkningssektorn är vanligare att man redan vunnit affärer tack vare sitt hållbarhetsarbete. Men i framtiden ser företag i service- och kunskapssektorn möjligheter i nästan lika stor utsträckning som tillverkningsföretagen.

6/10

anser att
hållbarhets-
arbetet kan
skapa tillväxt

Kan ni skapa tillväxt i företaget genom ert hållbarhetsarbete?

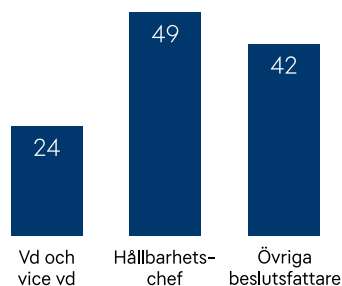
Diagrammet visar %





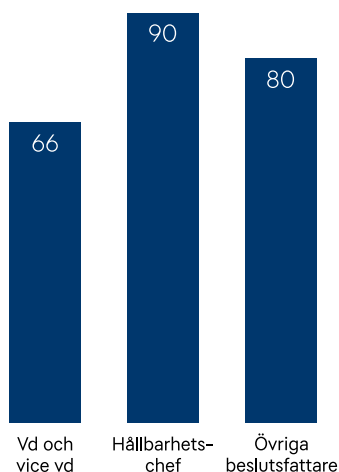
Har företaget påverkats affärsmässigt av ert hållbarhetsarbete?

Diagrammet visar stora och medelstora företag som svarat "Ja vi har vunnit affärer tack vare vårt hållbarhetsarbete" i %



Kan ni skapa tillväxt i företaget genom ert hållbarhetsarbete?

Diagrammet visar stora och medelstora företag, %



Ännu högre tillförsikt bland stora företag

Hållbarhet skapar affärer och förväntas skapa tillväxt i ännu högre grad bland stora och medelstora företag.

Nästan hälften av hållbarhetscheferna anser att verksamhetens affärer påverkats positivt av hållbarhetsarbetet. Dessutom ser fler än 4 av 10 av övriga beslutsfattare ökade affärer av hållbarhetsarbetet. Vd och vice vd är den grupp som är minst positiva.

På större företag ser 9 av 10 hållbarhetschefer att hållbarhetsarbete kan skapa tillväxt, men även 8 av 10 av övriga beslutsfattare ser det som en positiv tillväxtmöjlighet. Även här är vd och vice vd minst positiva, men trots att enbart 24 % sett tillväxt tack vare hållbarhetsarbetet, tror 2 av 3 att det kan skapa tillväxt för verksamheten framöver.

It och telekom en bidragande faktor

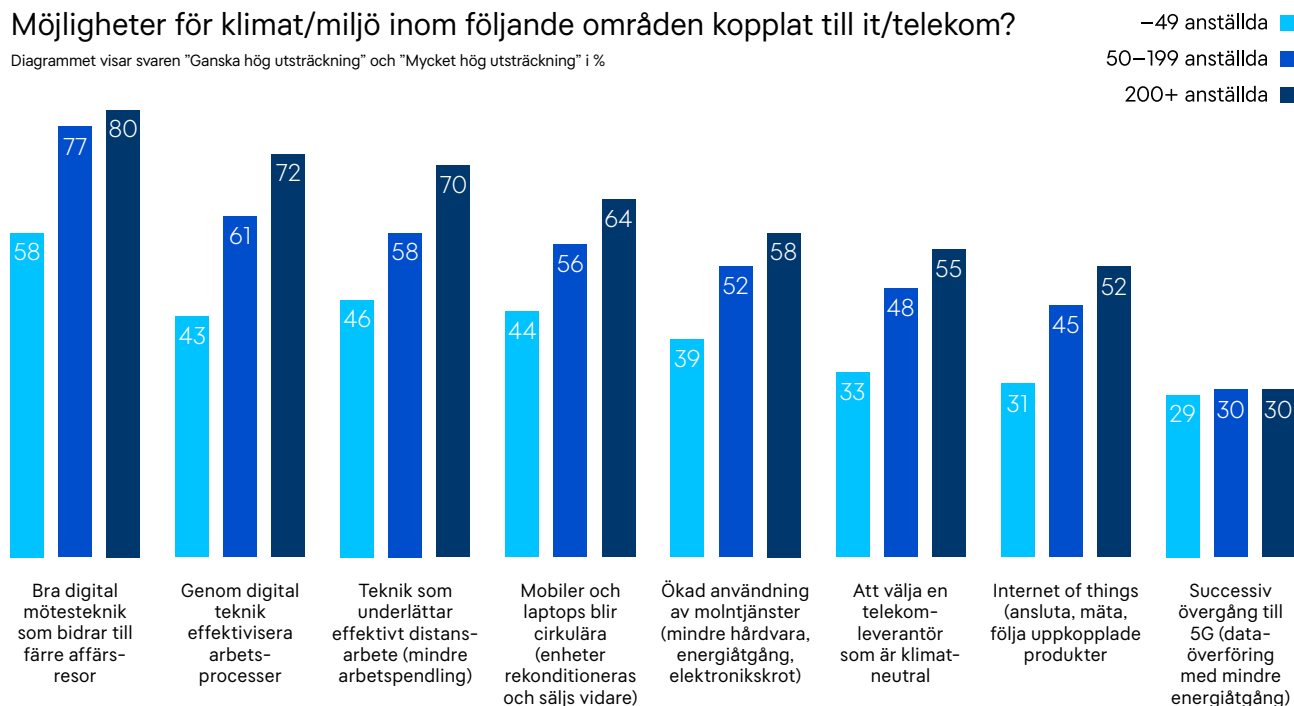
När beslutsfattare får ta ställning till olika områden där it/telekom kan göra skillnad är det många som ser potentiella fördelar.

Fler än 8 av 10 ser möjligheter, främst när det kommer till att minska resor och att distansarbete, men också att genom tekniken effektivisera arbetsprocesserna.

Det finns ett intresse kring cirkulära lösningar framför allt bland de större företagen. Det är ett mönster som går igen. Ju större företaget är, i desto högre utsträckning ser man också att det finns möjligheter till ökad hållbarhet genom olika it-/telekom-lösningar.

Möjligheter för klimat/miljö inom följande områden kopplat till it/telekom?

Diagrammet visar svaren "Ganska hög utsträckning" och "Mycket hög utsträckning" i %



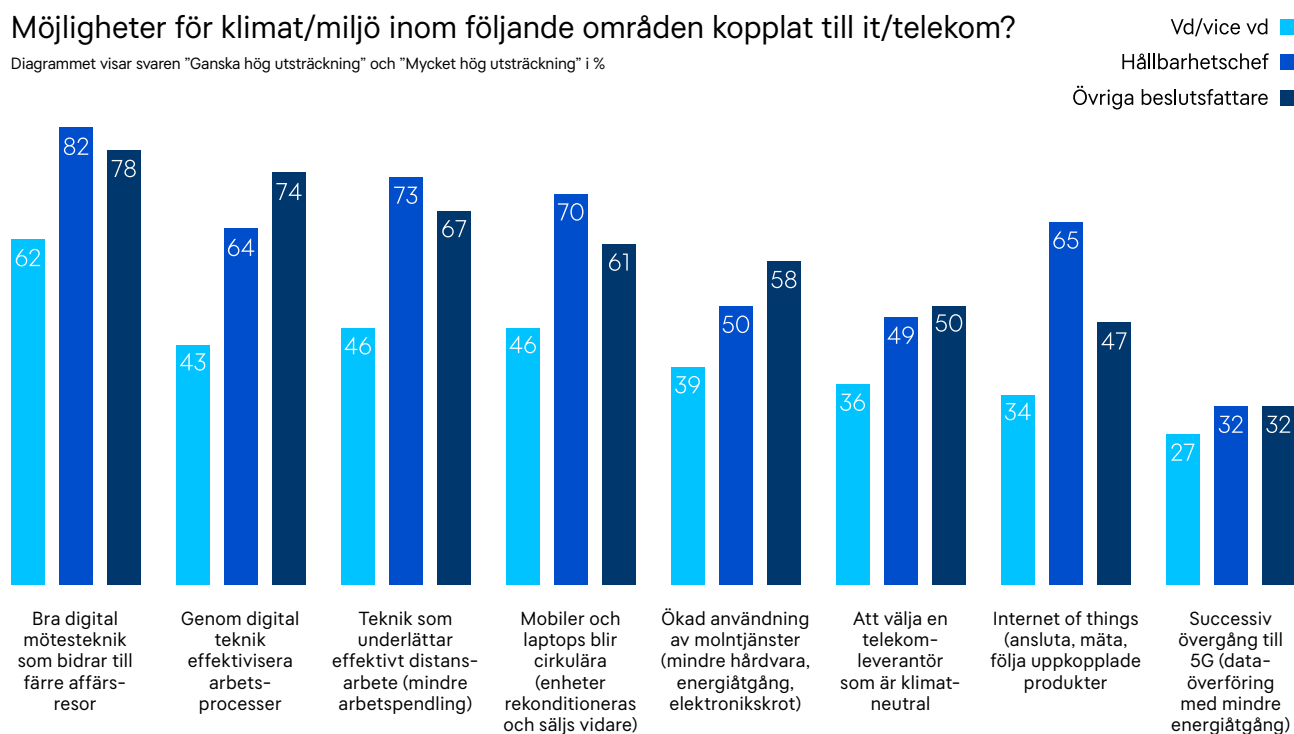
91%

av hållbarhets-
cheferna ser
möjligheter inom
områden kopplade
till it/telekom

Hållbarhetscheferna är mer positiva till olika it-/telekom-lösningar för ökad hållbarhet. Särskilt tydligt är optimismen när vi tittar på området Internet of Things, där hela 65 % av hållbarhetscheferna ser positivt på möjligheterna, jämfört med 47 % av övrig ledning och endast 34 % av vd/vice vd.

Möjligheter för klimat/miljö inom följande områden kopplat till it/telekom?

Diagrammet visar svaren "Ganska hög utsträckning" och "Mycket hög utsträckning" i %



94%

av hållbarhets-
cheferna ställer
miljökrav på
leverantörer

Traditionella hållbarhets- satsningar prioriteras

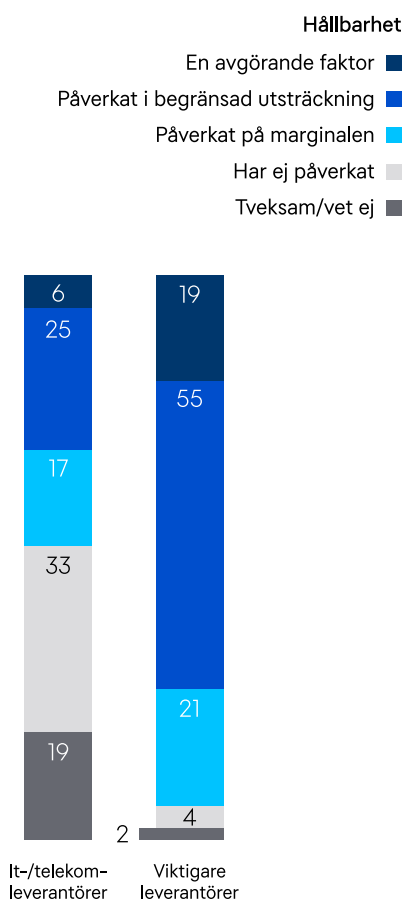
It och telekom ses inte som en möjliggörare för positiv påverkan på klimat och miljö i samma utsträckning som exempelvis återvinning, drivmedel eller val av energibolag.

En trolig förklaring är att telekombolagen inte kommunicerat kring de möjligheter som finns. Men även att mediabevakningen haft mer fokus på resor, förnybar energi och andra områden med mer uppenbar miljöpåverkan.

Som en konsekvens ser vi att man i betydligt lägre utsträckning låtit valet av it-/telekom-leverantör påverkas av deras hållbarhetsarbete.

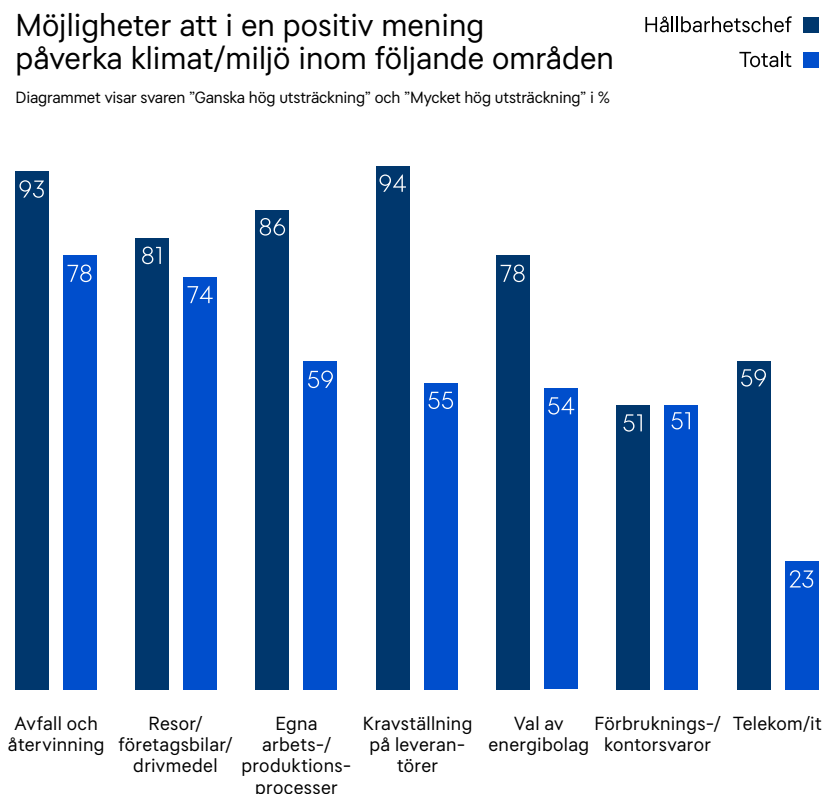
Hänsyn till hur leverantörer arbetar med hållbarhet

Diagrammet visar %



Möjligheter att i en positiv mening påverka klimat/miljö inom följande områden

Diagrammet visar svaren "Ganska hög utsträckning" och "Mycket hög utsträckning" i %

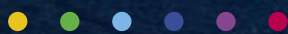


Insikter

- **Hållbarhet är verksamhetskritiskt för företag.** Totalt sett är det fler än 8 av 10 som anser att det är viktigt eller mycket viktigt för verksamheten.
- **51 % av företagen har helt eller delvis integrerat hållbarhet i verksamheten.** Många företag har redan kommit väldigt långt i sitt hållbarhetsarbete, och hållbarhet har blivit en självklar del av verksamheten.
- **För 85 % av företagen är miljöfrågor en del av hållbarhetsarbetet.** Bland större företag inkluderas också sociala frågor samt i viss utsträckning även bolagsstyrning. Mindre företag fokuserar främst på just miljöfrågor.
- **94 % av de större företagen säger att deras fokus på hållbarhet kommer att öka de närmaste åren.** Både de externa kraven på hållbarhetsarbete och det interna fokuset förväntas öka ytterligare under den kommande femårsperioden.
- **Hållbarhet ger nya affärer.** Var fjärde företag har redan vunnit affärer tack vare sitt hållbarhetsarbete och 6 av 10 tror att de kommer att göra det.
- **7 av 10 väljer hållbara leverantörer.** Majoriteten av alla företag har hållbarhetsarbete som ett kriterium när de ska välja leverantörer, och för var femte företag har det varit en avgörande faktor.
- **Företag är positiva till it/telekom som möjliggörare.** Fler än 8 av 10 ser att det finns möjligheter till hållbarhetsvinster inom it/telekom. Men få har hämtat hem dessa fördelar då andra åtgärder har prioriterats högre.



TELE2



FÖRETAG

Läs mer om hur Tele2 arbetar med hållbarhet på tele2.se/foretag/hallbarhet.

Vill du veta mer om hur Tele2 Företag kan bidra till en mer hållbar verksamhet?
Fyll i kontaktformuläret på tele2.se/foretag/radgivning så kontaktar vi dig inom kort.