



2025-11-12 09:00 CET

FUCHS och NetZero 2050 – när hållbarhet blir konkurrenskraft

Hållbarhetsarbete inom smörjmedelsbranschen kan kännas som en komplex balansgång mellan ansvar och affärstänk, men det kan också ses som en nyckel till långsiktig utveckling. Med en rad framgångsrika samarbeten och satsningar i ryggen, fortsätter vi på FUCHS Lubricants nu vår resa och arbetet för att nå NetZero 2050.

FUCHS globala hållbarhetsstrategi vilar på tre grundpelare: ekonomisk, social och ekologisk hållbarhet. Ekonomiskt handlar det om att skapa förutsättningar för den ökade effektivitet och värdeskapande potential vi ser i

att agera mer hållbart. Vi vet att vi genom att bidra till kunders lönsamhet också lägger grund för vår egen lönsamhet. När det går bra för våra kunder, går det bra även för oss. Socialt handlar det om att se sitt ansvar för såväl enskilda medarbetare som samhället i stort. Den ekologiska pelaren är en särskilt spännande utmaning, här finns det fortfarande mycket att göra för att vi ska nå såväl våra egna mål som FN:s klimatmål.

Resan har bara börjat

FUCHS globala hållbarhetsstrategi inom ekologi är tydlig: Det långsiktiga målet är att minska alla utsläpp till 2050 med 90 %. Redan till 2030 ska vi ha minskat de operativa utsläppen i vår egen verksamhet med 42 % och till 2035 ska vi ha minskat våra indirekta utsläpp i värdekedjan med minst 25%. Det är vårt svåraste arbete, eftersom det ligger utanför vår egen verksamhet.

– Här i Norden har vi redan gjort stora framsteg. Operativt ligger vi bra till, mycket tack vare våra investeringar i en modern produktionsanläggning som ger oss låga koldioxidutsläpp. Vi har en större utmaning med våra råvaror, förklarar FUCHS nordiska hållbarhetschef Åsa Perlerius.

För att förstå omfattningen av utmaningen måste man förstå smörjmedelsindustrins specifika klimatutmaning. Eftersom den största delen av en färdig smörjmedelsprodukts klimatpåverkan kommer från råvaran – det vill säga de indirekta utsläppen genom hela värdekedjan – så ligger potentialen för minskade utsläpp i leverantörskedjan, inte i den egna produktionen. Lösningar måste därför hittas i samarbeten med leverantörer, i nya cirkulära alternativ och i råvaror med andra ursprung eller lägre klimatbelastning under tillverkningsprocessen.

Unik position, unika möjligheter

Som världens största oberoende leverantör av smörjmedel har FUCHS fördel i att själva kunna välja leverantörer, råvaror och forskningspartner – vilket skapar unika möjligheter att faktiskt påverka hela värdekedjan. Från råvaruleverantörer till slutanvändare av produkterna.

Här i Norden har vi ofta kommit lite längre än i många andra delar av världen när det gäller hållbarhet, bland annat tack vare tillgången till grön el och liknande förutsättningar. Här präglas näringslivet ofta också av både engagemang och förväntningar på konkreta insatser. På FUCHS ser vi det som en fördel.

– Vi får många frågor från kunder om vår strategi och hur vi arbetar. Genom att jobba aktivt i hållbarhetsfrågor öppnar vi onekligen dörrar till nya samarbeten och möjligheter med både befintliga och nya kunder. Aktivt hållbarhetsarbete har helt enkelt blivit en konkurrensfördel, menar Åsa Perlerius.

PCF – transparens som grund för förtroende

En viktig del av hållbarhetsarbetet handlar om transparens. Därför har vi på FUCHS tagit fram en [metodik för att beräkna enskilda produkters koldioxidavtryck](#), internationellt pratar man om PCF eller Product Carbon Footprint.

– Nu kan vi äntligen, efter många års globalt arbete, dela med oss av informationen om hur stort koldioxidavtryck varje specifik produkt har. Med PCF kan vi hjälpa våra kunder att själva göra hållbara val och beräkna sina egna klimatbesparingar. Vi ser det som en konkurrensfördel, säger Åsa Perlerius.

Metodiken är certifierade av oberoende tredje part och följer bransch- och internationella standarder (ISO 14067, UEIL, ATIEL).

Samarbete som framgångsfaktor

En hållbarhetsstrategi som NetZero 2050 kräver som sagt samarbete genom hela värdekedjan – från råvaruleverantörer till slutanvändare av de färdiga produkterna. Tillsammans med leverantörer, kunder och samarbetspartners behöver vi kontinuerligt se över hur vi arbetar och utforska vad som kan förbättras. Vi behöver också fortsätta att utveckla nya hållbara produkter, testa innovativa lösningar och skala upp det som fungerar.

Ett exempel bland framgångsrika projekt kopplade till klimatarbetet, som PCF i stycket ovan, är vårt samarbete med filterspecialisten C.C. Jensen Sverige. Ett annat är satsningen på el-lastbilar för tunga bulktransporter tillsammans med logistikpartnern Den Hartogh. Vi har tidigare också berättat om FUCHS olika satsningar på allt från vår nya produktionsanläggning till projekt som ACT – som summerar allt vi gör för att omvandla vår värdekedja från linjär till cirkulär.

– Vi måste våga prova och lära tillsammans. Vi har ju inte alla svaren, säger Åsa Perlerius, men vi vet att det går att kombinera ambitiösa hållbarhetsmål med stark affärsverksamhet. Det är genom samarbete som vi kan ge oss själva

och varandra chans att vara med och forma framtidens industri.

Kort om FUCHS Lubricants

- Global, ledande och oberoende tillverkare av smörjmedel med rötter i Tyskland
- I Norden hittar du FUCHS i Sverige, Norge, Danmark och Finland med lokal säljorganisation och teknisk support
- Modern produktionsanläggning med centrallager, FoU, kundanalys och kvalitetskontroll i Västerhaninge utanför Stockholm
- Produkter, tjänster och expertkunskaper för alla branscher och applikationer

FUCHS LUBRICANTS SWEDEN AB är en del av en global koncern med tyska rötter som utvecklar, producerar och distribuerar ett brett sortiment av smörjmedel och relaterade specialiteter.

I nära samarbete med våra kunder utvecklar vi innovativa och skräddarsydda smörjmedelslösningar för alla typer av branscher så som bilindustrin, tillverkande industri, bygg & entreprenadverksamhet, energi- & transportsektorn, livsmedelsindustrin, skogsbruk, stål-, metall- och cementindustrier med flera.

FUCHS är världens största oberoende leverantör av innovativa smörjmedelslösningar för i stort sett alla branscher och användningsområden. Vi är 6 000 anställda i över 50 länder som alla delar samma mål: att hålla världen i rörelse med både hållbarhet och effektivitet i fokus.

Kontaktpersoner



Åsa Stranger

Presskontakt

Marketing & Communications Manager

asa.stranger@fuchs.com

070-429 63 54