

ATT KONSTRUERA HÅLLBARHET

– KOMMUNIKATION INOM FAST FASHION

Examensarbete – Civilekonom
Företagsekonomi

Arbenita Dautaj
Cecilia Malmberg

2015: VT2015CE17



HÖGSKOLAN I BORÅS

Förord

Att få chansen att fördjupa sig i ämnet hållbarhet och att kombinera det med ett redovisningsperspektiv har varit otroligt intressant och engagerande! Som sig bör vill vi i detta förord passa på att rikta vår tacksamhet mot de personer och miljöer som har hjälpt oss på vägen.

Först och främst vill vi rikta ett stort tack till vår handledare Eva Gustafsson som varit ett ovärderligt stöd under hela processen genom att bistå med värdefulla kommentarer och råd! Vidare vill vi tacka vår utbildningsadministratör Ingela Hellsten för hennes engagemang och all uppmuntran under hela vår studietid. Vi vill också tacka våra familjer för den lugna kontrasten och vi vill tacka varandra för ett gott samarbete under hela terminen.

Slutligen vill vi också tacka kafeterian på Sandgärdet vars miljö har möjliggjort alla trevliga kaffestunder som har satt guldkant på alla dagar av uppsatsskrivande. Denna uppsats är det sista vi skriver under civilekonomutbildningen och vi tycker själva att vi gör en stilartad sorti. Nu går vi vidare mot nya utmaningar. Tack Högskolan i Borås för fyra givande år!

Borås, juni 2015

Arbenita Dautaj

Cecilia Malmberg

Svensk titel: Att konstruera hållbarhet – Kommunikation inom fast fashion

Engelsk titel: Constructing sustainability – Communication in fast fashion

Utgivningsår: 2015

Författare: Arbenita Dautaj, Cecilia Malmberg

Handledare: Eva Gustafsson

Abstract

Considering both science and popular science, sustainability is a concept of diverse meanings. Scientific research concerning sustainability has a particular focus on plotting causal links. Only a few studies focus on plotting and exploring the concept of sustainability as it is being conveyed by businesses via communication in corporate sustainability reports. Within the accounting field, there is a common demand for a principles-based and conceptual approach. Thus, while our literature review shows scientific research on sustainability has given limited attention to this approach, there are vast opportunities to contribute to this field by enhancing the comprehension of this issue. Consequently, the aim of this study is to explore the way in which the concept of sustainability is communicated and hence constructed by fast fashion businesses. As there is a distinction between practice and communication, this study merely focuses on the communication aspect.

We have conducted a qualitative content analysis based on corporate sustainability reports issued by fast fashion corporations. The study applies a cross-sectional design and a theoretical sampling technique coupled with top-of-mind associations. In total, three corporations were included in this study, resulting in a sample of three corporate sustainability reports from the reporting year of 2013. During the analysis, an abductive approach inspired by a foucauldian perspective was applied. The theoretical model was elaborated on the basis of previous research and academic literature on the definition of sustainability and it served as an initial structure for categorization of the empirical observations.

Our findings indicate that companies portray a clear focus on gradual adjustment and conformity to various codes as well as regulations, which leads to the conclusion that companies included in this study construct sustainability in terms of skills rather than wisdom. Furthermore, our findings point to the conclusion that elements of weak sustainability are more prominent than elements of strong sustainability in corporate sustainability reports. However, a notable finding is the existence of a sliding scale between these paradigms. As opposed to other studies regarding the construction of sustainability, this study focuses on a certain business concept (i.e. fast fashion) exploring the communication and construction of the concept sustainability. The contribution of our study is an evolution of the model in terms of a sliding scale and increased conceptual understanding of the term sustainability. We argue a sliding scale between weak and strong sustainability should be taken into account, while previous studies have presented their findings solely as dichotomies.

This paper is written in Swedish.

Keywords: Content analysis, qualitative study, abductive approach, foucauldian perspective, weak sustainability, strong sustainability, fast fashion, corporate sustainability reports

Sammanfattning

Hållbarhet är ett begrepp som har skiftande innebörd, både inom vetenskap och populärvetenskap. Forskning kring hållbarhet har ett särskilt fokus på kartläggning av orsakssamband och enbart ett fåtal studier fokuserar på att kartlägga och utforska hur begreppet hållbarhet konstrueras genom företags kommunikation. Inom redovisning efterfrågas ofta ett mer principbaserat och konceptuellt angreppssätt, och då detta enligt vår litteraturöversikt ges begränsat utrymme inom forskning kring hållbarhet, finns det möjligheter till att bidra med förståelse på området. Syftet med denna studie är att utforska hur begreppet hållbarhet kommuniceras och därmed konstrueras av företag med affärskonceptet fast fashion. Det finns en distinktion mellan handling och kommunikation och den här studien behandlar enbart kommunikationsaspekten.

Vi har genomfört en kvalitativ innehållsanalys av hållbarhetsredovisningar för företag med affärskonceptet fast fashion. Studien har en tvärsnittsdesign med ett teoretiskt urval och top of mind-associationer. Totalt inkluderades tre företag i studien och deras respektive hållbarhetsredovisningar för rapporteringsåret 2013. I analysen har vi arbetat utifrån en abduktiv ansats inspirerat av ett foucauldianskt perspektiv. Den teoretiska modellen utvecklades med hjälp av tidigare litteratur om hållbarhetsdefinitioner och användes som en utgångspunkt för att kategorisera de textavsnitt som identifierades i respektive analys.

Vår utforskning av företagens kommunikation av hållbarhet leder till slutsatsen att begreppet snarare konstrueras som produktiv aktivitet än handlingskloket i och med företagens tydliga fokus på stegvis anpassning och efterlevnad av såväl koder som specifika regler. Weak sustainability är mer framträdande än strong sustainability i företagens hållbarhetsrapportering, men det finns även en glidande skala mellan dessa. Till skillnad från övriga studier kring konstruktion av hållbarhetsbegreppet riktar denna studie in sig på företag med ett visst koncept (i.e. fast fashion) i utforskningen av hur hållbarhetsbegreppet kommuniceras och konstrueras. Studiens bidrag är utvecklandet av den teoretiska modellen i form av en glidande skala samt ökad konceptuell förståelse för konstruktion av hållbarhet. Vi argumenterar således för en glidande skala mellan de teoretiskt definierade hållbarhetskategorierna, medan andra studier enbart presenterar sina resultat enligt dikotomier.

Nyckelord: Innehållsanalys, kvalitativ studie, abduktiv ansats, foucauldianskt perspektiv, weak sustainability, strong sustainability, fast fashion, hållbarhetsredovisning

Innehållsförteckning

1	Inledning.....	- 1 -
1.1	Om hållbarhetsredovisning och hållbarhet.....	- 1 -
1.2	Centrala forskningsområden kring hållbarhetsredovisning.....	- 2 -
1.3	Problemdiskussion: Mot en konceptuell förståelse av hållbarhet.....	- 5 -
1.4	Syfte, problemformulering och disposition.....	- 6 -
2	Teoretisk referensram.....	- 8 -
2.1	Hållbarhetsredovisningens användningsområden.....	- 8 -
2.2	Hållbarhetsredovisningens utbredning.....	- 8 -
2.3	Faktorer som påverkar företags hållbarhetsredovisning.....	- 9 -
2.4	Hållbarhetsredovisningens effekter.....	- 11 -
2.5	Hållbarhetsredovisningens innehåll: struktur, principer och processer.....	- 11 -
2.6	Hållbarhetsredovisning och samband mellan företag och samhälle.....	- 12 -
2.7	Innebörd av hållbarhet.....	- 12 -
2.8	Teoretisk dikotomi: weak sustainability eller strong sustainability.....	- 13 -
2.8.1	Weak sustainability.....	- 14 -
2.8.2	Strong sustainability.....	- 15 -
2.8.3	Studiens analysmodell.....	- 16 -
3	Metod.....	- 18 -
3.1	Forskningsansats.....	- 18 -
3.2	Forskningsmetod och forskningsdesign.....	- 18 -
3.3	Om studiens urval.....	- 19 -
3.4	Om studiens empiriska material och analysmetod.....	- 21 -
3.5	Trovärdighet och autenticitet.....	- 22 -
3.6	Metodreflektion.....	- 24 -
4	Empiri och analys.....	- 26 -
4.1	Gina Tricots hållbarhetsredovisning 2013.....	- 26 -
4.1.1	Övergripande om struktur och teman.....	- 26 -
4.1.2	Weak sustainability.....	- 27 -
4.1.3	Strong sustainability.....	- 29 -
4.1.4	En glidande skala mellan weak sustainability och strong sustainability.....	- 30 -
4.2	Nilson Groups hållbarhetsredovisning 2013.....	- 31 -
4.2.1	Övergripande om struktur och teman.....	- 31 -
4.2.2	Weak sustainability.....	- 32 -
4.2.3	Strong sustainability.....	- 34 -
4.2.4	En glidande skala mellan weak sustainability och strong sustainability.....	- 34 -
4.3	H&M:s hållbarhetsredovisning 2013.....	- 35 -
4.3.1	Övergripande om struktur och teman.....	- 35 -
4.3.2	Weak sustainability.....	- 37 -
4.3.3	Strong sustainability.....	- 38 -
4.3.4	En glidande skala mellan weak sustainability och strong sustainability.....	- 40 -
5	Diskussion och slutsatser.....	- 42 -
5.1	Kommunikation och konstruktion av hållbarhet i relation till tidigare forskning.....	- 42 -
5.2	Utveckling av teoretisk modell: från dikotomi till glidande skala.....	- 44 -
5.3	Slutsatser kring kommunikation och konstruktion av hållbarhet.....	- 46 -
5.4	Avslutande reflektion utifrån filosofiska och redovisningsteoretiska perspektiv på etik.....	- 47 -
5.5	Förslag till vidare studier.....	- 48 -
6	Källförteckning.....	- 49 -

Figurförteckning

Figur 2.1. <i>Vägar till hållbarhet.</i>	- 17 -
Figur 4.1. <i>Gina Tricot om hållbarhet.</i>	- 27 -
Figur 4.2. <i>Nilson Group om hållbarhet.</i>	- 32 -
Figur 4.3. <i>H&M om hållbarhet.</i>	- 36 -
Figur 5.1. <i>Fast fashion om hållbarhet.</i>	- 45 -

Tabellförteckning

Tabell 3.1. <i>Utdrag från kodschemat.</i>	- 22 -
--	--------

1 Inledning

Den här uppsatsen behandlar hur hållbarhet uttrycks i fast fashion-företags hållbarhetsredovisningar. Att utforska hur hållbarhet kommuniceras är intressant eftersom konceptet hållbarhet numera är alltmer närvarande i det offentliga rummet. Alla pratar om hållbarhet, men hur konstrueras begreppet utifrån hållbarhetskommunikation? I följande kapitel ges en inledande beskrivning till varför hållbarhet är ett intresseväckande område – både ur ett populärvetenskapligt och vetenskapligt perspektiv. Forskningens fokusområden samt koppling mellan populärvetenskaplig rapportering om hållbarhet och traditionella redovisningsperspektiv utgör grunden för innevarande studies relevans.

1.1 Om hållbarhetsredovisning och hållbarhet

Hållbarhet är begreppet på alla aktörers agenda men benämningen skiftar och innebörden är diffus. Inom vetenskaplig forskning finns det en stor begreppsvariation avseende hållbarhet och i synnerhet hållbarhetsredovisning. Rapportering kring hållbarhet omnämns bland annat genom termerna *CSR reporting* (Belal & Cooper, 2011), *corporate sustainability reporting* (Faisal, Tower & Rusmin, 2012), *social and environmental reporting* (Laine, 2009) och *triple bottom line reporting* (Milne & Gray, 2013). Även inom populärvetenskap används olika termer för hållbarhetsrapportering och då oftast i termer av *hållbarhetsredovisning* (Widmark, 2014b) och *CSR-redovisning* (Söderlund, 2015). Det står därmed klart att hållbarhetsrapportering är ett kärt barn med många namn. Frågan är dock hur hållbarhet kommuniceras.

Inom populärvetenskap beskrivs hållbarhet som ett växande tema inför framtiden. DN rapporterar att hållbarhet i framtiden kommer att integreras mer noggrant i kundperspektivet (Eriksson, 2014) och samma utveckling förutspås för leverantörsperspektivet av både Veckans Affärer och Norrbottens Affärer (Botha, 2014; Nordlund, 2014). Eriksson (2014) tydliggör att hållbarhetsmärkta kläder kan komma att bli en verklighet inom modebranschen inom en snar framtid. Han lyfter fram H&M som exempel och redogör för att H&M arbetar för att ta fram en sådan klädmärkning och på så vis ska kunderna i framtiden kunna fatta inköpsbeslut utefter hållbarhetspåverkan. I framtiden ska det vara lika självklart och möjligt för kunden att basera beslut på hållbarhetsaspekter som det idag är att basera dem utifrån design, kvalitet och pris (Eriksson, 2014). Nordlund (2014) förklarar att hållbarhetsaspekter kommer att integreras djupare även i leverantörsled i framtiden, i synnerhet vid inköpsprocesser och upphandlingar. Enligt Botha (2014) gäller detta för såväl mindre bolag som multinationella.

Företags centrala medium för kommunikation av hållbarhetsarbete och viktiga hållbarhetsaspekter är hållbarhetsredovisningen. Miljöaktuellt rapporterar att användningen av GRI som standard för hållbarhetsredovisning under de senaste åren har ökat bland företagen (Widmark, 2014b). Även avtal och allianser med fokus på hållbarhet har ökat i antal (Widmark, 2015). Samtidigt finns skilda uppfattningar kring kvaliteten på företagens hållbarhetsredovisningar. Miljöaktuellt rapporterar att medan företag som LKAB, Ericsson, SKF, Norsk Hydro och Swedfund prisas för inspirerande hållbarhetsrapportering (Widmark, 2014a) får andra aktörer, såsom storbankerna, helt underkänt i etik och hållbarhet (Klefbom, 2015). Enligt Widmark (2014b) finns det dock inte någon enhetlig syn på vad ett hållbart resultat är, vilket utgör ett hinder för kvaliteten då det ofta är svårt att bedöma *vad* som ska mätas och *hur* det ska mätas. GRI G4 ställer ökade krav på transparent redovisning av

intressentdialog vid identifiering av centrala hållbarhetsaspekter (Widmark, 2014b). På ett tekniskt plan kan dessa krav ha en positiv inverkan på hållbarhetsrapportering ifråga om vad som ska mätas, men vi är tveksamma till ifall dessa krav kan ligga till grund för en djupare förståelse för och konceptuell diskussion av själva hållbarhetsbegreppet.

I Norrbottens Affärer beskriver Nordlund (2014) att varje företag bör utgå ifrån sin unika situation i sitt hållbarhetsarbete och i sin hållbarhetsrapportering. Hon anser att varje företag bör använda sig av sin företagsspecifika kunskap för att implementera hållbarhetsfrågor inom organisationen, vilket enligt henne ska innebära att företag tänker på nya sätt med en efterföljande bestående inverkan på omgivningen (Nordlund, 2014). Det framgår dock inte av Nordlunds (2014) resonemang om att ”tänka nytt” innebär att företagen tänker nytt inom ramen för befintlig affärsmodell eller om det snarare bör förstås ur ett transformativt perspektiv där affärsmodellen förändras. Vi argumenterar för att det är en skillnad och att denna skillnad är väsentlig för konstruktionen av hållbarhet.

1.2 Centrala forskningsområden kring hållbarhetsredovisning

Det finns en rad olika forskningsområden kring hållbarhetsredovisning. En del av forskningen fokuserar på att kartlägga *användning* av hållbarhetsrapporter i olika typer av företag och i olika delar av världen. Detta område omfattar mer specifikt forskning kring vad vi benämner hållbarhetsredovisningens *utbredning* (exempelvis Passetti, Cinquini, Marelli & Tenucci, 2014; Faisal, Tower & Rusmin, 2012; Belal & Cooper, 2011) och hållbarhetsredovisningens *användningsområden* (exempelvis Duff, 2014; Adams & Frost, 2008; Kolk, 2008). Inom detta område är forskning kring *användningsområden* vanligare än forskning kring *utbredning*. På ett övergripande plan finns det inom forskning kring *användning* studier som fokuserar på att analysera i vilken utsträckning som hållbarhetsaspekter används för beslutsfattande (Adams & Frost, 2008) och att utforska hållbarhetsredovisningens status och omfattning (Abdulla AlNaimi, Hossain, Ahmed Momin, 2012). Ett bredare perspektiv på avsaknaden av hållbarhetsredovisning i utvecklingsländer fås från Belal och Cooper (2011) medan Faisal, Tower och Rusmin (2012) återger bevis för praxis inom hållbarhetsredovisning globalt.

En majoritet av den forskning som handlar om *användning* (det vill säga både användningsområden och utbredning) utgår ifrån systemteorier och därmed från legitimitetsteorin, intressentteorin och institutionell teori (exempelvis Duff, 2014; Searcy & Buslovich, 2014; Faisal, Tower & Rusmin, 2012). Till skillnad från dessa har Ihlen och Roper (2014) ett induktivt angreppssätt i sin studie av hållbarhetsredovisningens utbredning medan bland andra Passetti et al. (2014) baserar sin teoretiska referensram på tidigare studier kring hållbarhetsredovisning. Den vanligaste metoden för dessa studier är intervjuer (exempelvis Searcy & Buslovich, 2014) och innehållsanalyser (exempelvis Kolk, 2008). Det finns även inslag av kvantitativa metoder i forskning på detta område (exempelvis Passetti et al., 2014; Faisail, Tower & Rusmin, 2012)

Utöver studier kring *användning* finns det en stor mängd forskning som är inriktad på att kartlägga *faktorer som påverkar företags hållbarhetsredovisning*. Forskning på detta område sträcker sig från att undersöka vad vi här benämner *internt kontextuella faktorer* (Amran, Lee & Devi, 2014; Adams, 2002), *karaktäristika för företaget* (exempelvis Bhattacharyya, 2014; Kilian & Hennigs, 2014) och *externa faktorer* (exempelvis Sciulli, 2011; Hedberg & von Malmberg, 2003). Forskning om *faktorer som påverkar företags hållbarhetsredovisning* fokuserar i huvudsak på *karaktäristika för företaget* och *externa faktorer*.

Beträffande *karaktäristika för företaget* riktar Adams och McNicholas (2007) uppmärksamhet mot skillnader mellan statliga och privatägda företag vad gäller motivation att uppnå hållbarhet och redovisningsansvar. Amran, Lee och Devi (2014) har vidare undersökt ifall organisationsformen NGO har någon påverkan på hållbarhetsredovisningens kvalitet. Andra studier som är inriktade på *karaktäristika för företaget* identifierar relationer mellan hållbarhetsrapportering och karaktäristika såsom företagsstorlek och lönsamhet (Bhattacharyya, 2014; Blank, Collin, Tagesson & Broberg, 2009) samt industritillhörighet (exempelvis Kilian & Hennigs, 2014). Även karaktäristika såsom revisionsbolag (Bhattacharyya, 2014), grad av internationalisering (Kotonen, 2009), miljöprestationer (Hee & Loftus, 2014; Clarkson, Li, Richardson & Vasvari, 2008) samt finansieringsstruktur (Li, Zhang, & Foo, 2013) undersöks. Campopiano och De Massis (2014) har slutligen forskat kring hur ägarstruktur påverkar hållbarhetsredovisningen.

Forskning kring *externa faktorer* i relation till hållbarhetsredovisning är istället koncentrerad på kulturella faktorer (Yusoff, Othman & Yatim, 2014), förekomsten av finansiella kriser (García-Benau, Sierra-Garcia & Zorio, 2013), GRI:s riktlinjer (Hedberg & von Malmborg, 2003) och samhällsfrågor såsom populationsutveckling, samhällsengagemang och klimatförändringar (Sciulli, 2011). Slutligen fokuserar forskning med koppling till *internt kontextuella faktorer* på hur hållbarhetsrapportering påverkas av att hållbarhetsaspekter finns inkluderade i företagets vision och affärsidé (Amran, Lee & Devi, 2014) och graden av involvering av olika företagsavdelningar och engagemang bland intressenterna (Adams, 2002).

Studier kring *faktorer som påverkar företags hållbarhetsredovisning* använder en varierande teoretisk referensram. Det förekommer modeller som utarbetats från tidigare forskning inom detta område (exempelvis Li, Zhang & Foo, 2013; Adams, 2002), men också mer etablerade teorier såsom systemteorier, agentteorin, signalteorin och teorin kring redovisningsansvar (exempelvis García-Benau, Sierra-Garcia & Zorio, 2013; Sciulli, 2011; Clarkson, Richardson & Vasvari, 2008). Till skillnad mot ovanstående deduktiva ansatser använder sig Kotonen (2009) av ett induktivt angreppssätt. De metoder som är vanligen förekommande i dessa studier är främst innehållsanalyser (Kilian & Hennigs, 2014; Kotonen, 2009; Clarkson, Richardson & Vasvari, 2008) och statistiska analyser (Amran, Lee & Devi, 2014; Bhattacharyya, 2014; García-Benau, Sierra-Garcia & Zorio, 2013). Det förekommer dock även inslag av intervjuer och observationer (exempelvis Sciulli, 2011; Adams & McNicholas, 2007) även om dessa är i mindre skala.

Ett tredje övergripande fokusområde är hållbarhetsredovisningens *effekter*. Forskning kring *effekter* är begränsad och inte lika omfattande som de föregående två forskningsområdena. De studier som vi har identifierat som forskning kring *effekter* är studier som är inriktade på hållbarhetsredovisningens betydelse för hanterandet av intressenter (Vurro & Perrini, 2011), hur den påverkar avkastningen på finansiella instrument (Ingram, 1978) samt ifall hållbarhetsredovisningen resulterar i en verklig förändring för företagen (Milne & Gray, 2013). Studier kring *effekter* tillämpar varierande metoder och teoretiska referensramar. Vurro och Perrini (2011) utgår ifrån ett intressentteoretiskt ramverk för sin innehållsanalys medan Ingram (1978) genomför statistiska analyser med utgångspunkt i effektivmarknadshypotesen. Slutligen genomför Milne och Gray (2013) en litteraturstudie som bottnar i TBL-konceptet.

Ett ytterligare fokusområde är inriktat på *innehåll* och detta forskningsområde förgrenar sig i två orienteringar. Den ena grenen behandlar *struktur* (Villiers & Alexander, 2014; Maignan &

Ralston, 2002) och den andra grenen fokuserar på att utreda *principer och processer* samt att analysera dessa med hjälp av GRI:s regelverk och andra riktlinjer (Barkemeyer, Holt, Preuss & Tsang, 2014; Aktaş, Kayalidere & Karğın, 2013). Samtliga studier av *inhåll* använder sig av innehållsanalyser som forskningsmetod men tillämpar olika teoretiska referensramar. Villers och Alexander (2014) applicerar nyinstitutionell teori med specifik koppling till isomorfism. Aktaş, Kayalidere och Karğın (2013) utgår också från systemteori i form av intressentteori och förenar den med GRI:s riktlinjer. Även Barkemeyer et al. (2014) baserar sin forskning på riktlinjer från offentliga och globala organisationer genom policier från FN och OECD. Vidare förekommer det studier som bygger sin teoretiska referensram på tidigare forskning (Bouten, Everaert, Van Liederkerke, De Moor & Christiaens, 2011). Avslutningsvis använder sig Maignan och Ralston (2002) av kategorierna ”value-driven”, ”performance-driven” och ”stakeholder-driven” för att analysera hållbarhetsrapporters innehåll.

Det femte övergripande forskningsområdet bottenar i ett institutionellt synsätt och riktar in sig på hur hållbarhetsredovisning påverkas av *samband mellan företag och samhälle* (exempelvis Beare, Buslovich & Searcy, 2014; Schneider, 2014; Laine, 2009). Forskning kring *samband mellan företag och samhälle* utgår därmed till stor del från systemteorier såsom främst institutionell teori och intressentteori (Pedersen, Neergaard, Pedersen & Gwozdz, 2013; Perez-Batres, Miller & Pisani, 2011; Bebbington, Higgins & Frame, 2009). Både kognitiva mekanismer (Bebbington, Higgins & Frame, 2009) samt normativa och mimetiska mekanismer (Pedersen et al., 2013; Perez-Batres, Miller & Pisani, 2011) används för att förklara företags val att hållbarhetsredovisa. Den forskning som har bedrivits kring *samband mellan företag och samhälle* använder sig i huvudsak av antingen innehållsanalyser (exempelvis Cho, Laine, Roberts & Rodrigue, 2015; Schneider, 2014) eller intervjuer (Beare, Buslovich & Searcy, 2014; Bebbington, Higgins & Frame, 2009) som metod. Ett fåtal studier gör annorlunda. Perez-Batres, Miller och Pisani (2011) tillämpar en kvantitativ metod och utför statistiska analyser. Slutligen använder Laine (2009) en tolkande textanalys med inriktning på att kartlägga vilken retorik som används i hållbarhetsredovisningar och hur språket blir ett medel för att förmedla hållbarhetsaspekter.

Det sista fokusblocket som vi har identifierat är forskning kring *innehåll av hållbarhet*, vilket fokuserar på den innebörd som företag tillskriver begreppet hållbarhet genom kommunikation i sin hållbarhetsredovisning (exempelvis Tregidga, Milne & Kearins, 2013; Laine, 2010; Laine, 2005). Forskning kring *innehåll av hållbarhet* använder uteslutande diskursanalyser som metod för att kunna beskriva hur språket används av företag för att definiera hållbarhet som begrepp och ge en bild av vad hållbarhet innebär (exempelvis Tregidga, Milne & Kearins, 2013; Higgins & Walker, 2012; Laine, 2010). Forskningsområdet har en mångfasetterad teoretisk botten där flera studier utgår ifrån tidigare studier inom hållbarhet och diskurs (Tregidga, Milne och Kearins, 2013; Milne, Tregidga & Walton, 2009; Laine, 2005). En del studier tar ett tydligt avstamp i ett socialkonstruktivistiskt angreppssätt (Laine, 2010; Laine, 2005) medan andra studier har en retorikteoretisk infallsvinkel (Higgins & Walker, 2012).

1.3 Problemdiskussion: Mot en konceptuell förståelse av hållbarhet

Litteraturoversikten visar att majoriteten av de studier som gjorts kring hållbarhetsredovisning fokuserar på att kartlägga sambandsförhållanden. Detta omfattar forskning kring både faktorer som påverkar (exempelvis He & Loftus, 2014) och effekter (exempelvis Milne & Gray, 2013) samt samband mellan samhälle och företag (exempelvis Pedersen et al., 2013). Problemet med denna forskning är att den enbart koncentreras kring identifiering av hur olika faktorer påverkar varandra. Den går inte djupare in på hur begreppet hållbarhet kommuniceras och konstrueras av företag, utan fokuserar enbart på hur hållbarhetsredovisning påverkas och påverkar. Kvantitativa metoder är vanliga i denna typ av forskning (exempelvis Perez-Batres, Miller & Pisani, 2011) och dessa studier uppmanar till ytterligare forskning med denna typ av metod och hävdar att det är viktigt att utforska fler orsakssamband (exempelvis Bhattacharyya, 2014; Blank et al., 2009; Adams & McNicholas, 2007).

Vidare finns det en stor mängd forskning som fokuserar på innehåll och användning. Denna typ av forskning är i huvudsak deskriptiv då den beskriver olika strukturer och principer för hållbarhetsredovisning samt vilken utbredning och vilka användningsområden som finns. Även om deskriptiv forskning kan fylla en viss funktion för att skapa förståelse för professionen kring hållbarhetsredovisning, kan den inte generera någon djupare insikt i hur begreppet hållbarhet kommuniceras och därmed konstrueras via hållbarhetsredovisningen. Deskriptiv forskning ger därmed en svag ram för ifrågasättande av konstruktionen av begreppet hållbarhet.

Mot bakgrund av ovanstående blir det tydligt att forskning kring både innehåll och användning samt orsakssamband inte fångar den konstruktivistiska funktionen hos språket. De kan inte på egen hand ge en ökad konceptuell förståelse för begreppet hållbarhet. Vi ser dessutom ett begränsat utrymme för att komplettera kunskapen kring orsakssamband, användning och innehåll då tidigare forskning redan har en god täckning för dessa forskningsområden. Enligt vår bedömning är det istället mer angeläget att utforska hur hållbarhetsbegreppet kommuniceras och därmed konstrueras genom att tillämpa en kvalitativ metodansats.

Studier kring hållbarhetsredovisning och hållbarhetskommunikation anlägger ofta ett systemteoretiskt perspektiv (exempelvis Campopiano & De Massis, 2014; Searcy & Buslovich, 2014; Perez-Batres, Miller & Pisani, 2011) och det finns studier som argumenterar för att företagen via sin hållbarhetsredovisning anpassar sig till en samhällelig kontext och ett tryck från samhället kring hur företag bör agera (Laine, 2009). Det finns emellertid väldigt få studier som studerar fenomenet med en omvänd ansats: hur företag med sin kommunikation är med och bidrar till konstruktionen av hållbarhet. De fåtal studier som behandlar konstruktion av hållbarhetsbegreppet har dessutom en begränsad geografisk förankring och det har, oss veterligen, inte genomförts någon liknande studie på företag verksamma i Sverige.

Baserat på ovanstående finns det motiv för ytterligare studier med ett socialkonstruktivistiskt perspektiv. Laine (2005) antar detta perspektiv genom *foucauldian approach* och analyserar hållbarhetsredovisningar genom att använda kategorierna *weak sustainability* och *strong sustainability*. Laines (2005) analys utforskar hållbarhetsbegreppets innebörd utifrån kommunikation och ifall vägen till hållbarhet bygger på modifiering (*weak sustainability*)

eller strukturell förändring (strong sustainability)¹. Frågan om vad som uppfattas som hållbart är ytterst central för att skapa ett varaktigt och effektivt hållbarhetsarbete. Vår bedömning är därmed att det är mer betydelsefullt att skapa förutsättningar för konceptuell diskussion, då en sådan verkar saknas, än att kartlägga ytterligare sambandsförhållanden.

En brist med Laines (2005) studie är dock att den har ett urval som spänner över flera olika industrier och forskning visar på att det finns markanta skillnader i hållbarhetsredovisning mellan olika industrier (Blank et al., 2009). Forskning om hållbarhet gör en uppdelning av kontroversiella och icke-kontroversiella industrier (Kilian & Hennigs, 2014). En industri kan uppfattas som kontroversiell av olika anledningar, men industrier som har en stor påverkan på miljön omfattas av definitionen (Kilian & Hennigs, 2014). Joy, Sherry, Venkatesh, Wang och Chan (2012) tydliggör att fast fashion är kontroversiellt eftersom trender omsätts i en otrolig hastighet. Inom fast fashion utdateras gårdagens mode snabbt av dagens senaste modenyheter, vilket leder till en ohållbar konsumtion (Joy et al., 2012). Mot bakgrund av ovanstående väljer vi att rikta in oss på företag inom modeindustrin med affärskonceptet fast fashion.

Inom traditionell redovisning efterfrågas ofta ett principbaserat och konceptuellt angreppssätt för att säkerställa en etisk grund. Detta har diskuterats i termer av att principer leder till ökad *substance over form* (Doupnik & Perera, 2015, s. 99), *moral judgment* (Spalding & Oddo, 2011, s. 50) och *practitioner judgment* (Stuebs & Thomas, 2011, s. 51). Kärnan i resonemanget är att standarder som bygger på regler, istället för principer och konceptuell förståelse, bidrar till fokus på efterlevnad av regler snarare än etiska motiv. Vi bedömer att detta angreppssätt bör antas även för hållbarhetsrapportering och det är därför centralt att belysa hur hållbarhet kommuniceras och konstrueras av företag. Vi ser inte att det behövs ytterligare forskning kring samband, användning eller innehåll utan forskning kring hållbarhetsredovisning bör istället verka för en ökad kunskap om hållbarhetsbegreppets konstruktion. Genom att utforska hur företag kommunicerar och konstruerar hållbarhetsbegreppet via sin hållbarhetsredovisning och dra paralleller till den teoretiska förståelsen för hållbarhetsbegreppet läggs en grund för just detta.

1.4 Syfte, problemformulering och disposition

Syftet med denna studie är att utforska hur begreppet hållbarhet kommuniceras och därmed konstrueras av företag med affärskonceptet fast fashion. Genom att analysera hållbarhetskommunikation med hjälp av etablerade, teoretiska begrepp som weak sustainability och strong sustainability bidrar vår studie till teoriutveckling inom området och ökad konceptuell förståelse av begreppet hållbarhet. För att uppfylla studiens syfte har vi formulerat följande forskningsfrågor:

1. Hur konstrueras hållbarhet i form av modifiering (i.e. weak sustainability)?
2. Hur konstrueras hållbarhet i form av strukturell förändring (i.e. strong sustainability)?
3. Hur konstrueras förhållandet mellan dem?

¹ Då motsvarande svenska benämningar av termerna weak sustainability och strong sustainability saknas i teorin kommer de engelska benämningarna att användas genomgående i denna uppsats. Begreppen ska förstås som representanter för två olika strategier för hållbarhet och inte som inbördes värdering såsom benämningarna antyder.

Mot bakgrund av studiens syfte och forskningsfrågor har vi disponerat studien enligt följande. I kapitel två återfinns vår teoretiska referensram med fokus på tidigare forskning kring hållbarhetsredovisning och teori kring definition av hållbarhet utifrån *weak sustainability* och *strong sustainability*. I kapitel tre diskuteras studiens metod: kvalitativ innehållsanalys. Här återfinns också en grundlig redogörelse för vårt teoretiska urval och ett utdrag från kodschemat. I kapitel fyra presenteras analysen av det empiriska materialet genom att sammankoppla textavsnitt med kategorier från den teoretiska modellen. I detta kapitel adderar vi även ytterligare kategorier till den ursprungliga modellen utifrån resultatet av analysen. Resultatet ligger till grund för diskussion och slutsatser i kapitel fem med utgångspunkt i studiens teoretiska referensram samt filosofiska och redovisningsteoretiska perspektiv på etik, som sedermera leder fram till förslag till vidare forskning.

2 Teoretisk referensram

Vår teoretiska referensram utgörs av två spår: en fördjupad litteraturöversikt och teori kring definition av hållbarhetsbegreppet. Den fördjupade litteraturöversikten relaterar till de forskningsområden som presenterades i kapitel ett och konkretiserar tidigare studiers resultat. Syftet med den fördjupade litteraturöversikten är att ge en redogörelse för vad forskning inom hållbarhetsredovisning har kommit fram till och att använda den som stöd längre fram för att identifiera relevanta infallsvinklar. Teori för definition av hållbarhetsbegreppet presenteras i syfte att etablera en modell, vilken är utgångspunkten för analys av studiens empiri.

2.1 Hållbarhetsredovisningens användningsområden

Forskning kring hållbarhetsredovisningens användningsområden beskriver att många företag anger att integrering av hållbarhetsprinciper inom organisationen redan är slutförd och att de har arbetat hållbart i flera år (Ihlen & Roper, 2014). Enligt Ihlen och Roper (2014) kan denna uppfattning bland företagen vara ett problem eftersom det kan leda till att företagen inte förändrar sin affärsmodell då de anser att de redan har uppnått hållbarhet. Studier visar emellertid att sociala och miljömässiga indikatorer i allt högre utsträckning inkluderas i strategisk planering, prestationsmätning och beslutsfattande (Adams & Frost, 2008). Kolk (2008) framhåller att hållbarhetsfrågor i vissa delar av världen, framförallt i Japan och Europa, har vidgats till att involvera även företagsstyrelsen. De resultat som Kolk (2008) presenterar visar att företag strukturerar hållbarhetsansvar på ett sådant sätt att fokus ligger på efterlevnad av regler, etik och extern verifikation av hållbarhetsarbetet.

Vidare studier visar att företag använder hållbarhetsredovisning kring framförallt miljöaspekter som ett instrument för att uppnå legitimitet (Cho & Patten, 2007). Enligt Hahn och Lülfs (2014) tillämpar företag olika strategier för att legitimera negativa aspekter som presenteras i hållbarhetsredovisningen. De identifierar sex olika legitimeringsstrategier: marginalisering, abstraktion, indikering av fakta, rationalisering, auktorisering och korrigerande åtgärder. Symboliska legitimeringsstrategier som syftar till att modifiera mottagarens perception av hållbarhetsrapporten dominerar i de rapporter som Hahn och Lülfs (2014) har undersökt.

Det finns även en studie som påvisar att hållbarhet betyder olika saker för olika företag och därför använder företag hållbarhetsrapporter på olika sätt. Searcy och Buslovich (2014) framhäver att företag ofta finner en grund för hållbarhetsredovisningen i GRI:s riktlinjer även om skillnad i användning föreligger. En annan studie kring användningsområde visar att det medium som används för rapportering kring hållbarhet hos företagen också varierar. Enligt Duff (2014) kan hållbarhetsrapportering exempelvis ske genom årsrapporter men också via webbmaterial och rekryteringsannonser som riktar sig mot både nytutexaminerade och erfarna kandidater. Duff (2014) understryker vidare att det i vissa branscher, exempelvis inom revisionsindustrin, är ovanligt med monetär kvantifiering av hållbarhetsarbetet. Istället används i regel en narrativ teknik för att rapportera kring hållbarhet (Duff, 2014).

2.2 Hållbarhetsredovisningens utbredning

Vetenskapliga studier med fokus på hållbarhetsredovisningens utbredning visar att många företag diskuterar hållbarhetsfrågor endast en gång om året och då i samband med

upprättandet av den sedvanliga finansiella rapporteringen (Passetti et al., 2014). Samtidigt visar Faisal, Tower och Rusmin (2012) att hållbarhetsrapportering är otroligt utbredd då omkring 62 % av företagen globalt sett använder sig av detta. Under de senaste åren har procentandelen företag som lämnar en hållbarhetsredovisning ökat (Mori, Best & Cotter, 2014). Hållbarhetsredovisningen används ofta för att legitimera företagets egen verksamhet, i synnerhet gäller detta för globala och välkända företag (Faisal, Tower och Rusmin, 2012).

Vidare föreligger det skillnader i rapportering kring hållbarhet av företag från tillväxtekonomier och mer etablerade ekonomier. Faisal, Tower och Rusmin (2012) presenterar resultat som påvisar att företag från tillväxtekonomier i högre grad rapporterar hållbarhetsinformation än företag i mer etablerade ekonomier. Belal och Cooper (2011) kommer dock fram till att det finns hinder för hållbarhetsredovisning i länder som betraktas som utvecklingsländer. De visar på att frånvaron av hållbarhetsredovisning i dessa länder är kopplad till brist på resurser, ett imperativt fokus på vinst och avsaknad av reglering på området. Dessutom råder det brist på kunskap kring hållbarhetsfrågor och företag har en rädsla att rapportera negativa hållbarhetsaspekter eftersom de vill undvika negativ publicitet (Belal & Cooper, 2011). Abdullah AlNaimi, Hossain och Ahmed Momin (2012) drar därtill slutsatsen att hållbarhetsredovisning med fokus på miljöaspekter är långt ifrån en självklarhet i alla delar av världen. Tvärtom visar deras forskning att hållbarhetsrapportering kring produktutveckling, HR-frågor och samhällsengagemang förekommer i högre utsträckning än hållbarhetsrapportering kring miljö (Abdullah AlNaimi, Hossain & Momin, 2012).

2.3 Faktorer som påverkar företags hållbarhetsredovisning

Studier kring faktorer som påverkar företagets hållbarhetsredovisning, med specifik koppling till företagets karaktäristika, visar att det finns skillnader mellan statliga och privatägda företag. Adams och McNicholas (2007) konstaterar att det finns skillnader i motivation för att uppnå hållbarhet mellan statliga och privatägda företag. Blank et al. (2009) fastställer vidare att statligt ägda företag i högre utsträckning rapporterar kring sociala aspekter än vad privatägda företag gör. Li, Zhang och Foo (2013) hävdar dock att deras forskning tyder på att det inte finns något samband mellan statligt ägande och förekomsten av hållbarhetsredovisning som helhet. Vidare kommer Amran, Lee och Devi (2014) fram till att icke-statliga organisationer generellt är associerade med en hög kvalitet på hållbarhetsredovisningen.

Forskning inom hållbarhetsområdet med koppling till företagets karaktäristika understryker också att företagsstorleken påverkar hållbarhetsredovisningen kring sociala frågor. Blank et al. (2009) framhåller att mängden hållbarhetsredovisning kring sociala aspekter ökar i takt med företagets storlek. Forskning kring sambandet mellan storleken på företagets revisionsbyrå och hållbarhetsredovisningens omfattning visar på en obefintlig koppling (Bhattacharyya, 2014). Graden av lönsamhet påverkar också företagets hållbarhetsredovisning men forskningen är inte ense om riktningen på denna påverkan. Blank et al. (2009) hävdar att god lönsamhet influerar hållbarhetsredovisningen positivt medan Bhattacharyya (2014) framhåller att företag med negativ avkastning rapporterar kring sociala aspekter i högre utsträckning än företag med positiv avkastning. Dessutom påverkar goda miljömässiga prestationer företagen positivt i hållbarhetsrapporteringen kring miljöaspekter (He & Loftus, 2014; Clarkson et al., 2008).

Forskning kring koppling mellan hållbarhetsredovisning och företags karaktäristika framhåller att ålder inte påverkar hållbarhetsredovisningen (Bhattacharyya, 2014). Däremot

har graden av internationalisering en påverkan på omfattningen av företags frivilliga hållbarhetsrapportering (Kotonen, 2009). Enligt forskning påverkas hållbarhetsredovisningen även av finansieringsstruktur. Li, Zhang och Foo (2013) fastställer att hållbarhetsredovisningens kvalitet är starkt positivt korrelerad med maktkoncentration hos aktieägare och skuldsättningsgrad. Detta innebär att ju högre skuldsättningsgrad desto högre kvalitet på hållbarhetsrapporteringen, vilket förklaras av att långgivare influerar hållbarhetsredovisningen. Detta innebär också att ju högre maktkoncentration hos aktieägare desto högre kvalitet på hållbarhetsredovisningen uppnås (Li, Zhang & Foo, 2013). Vidare visar forskning att även ägarstruktur kan påverka. Enligt Campopiano och De Massis (2014) presenterar familjeägda företag varierande typer av hållbarhetsrapporter och de understryker skiftande hållbarhetsfrågor. Familjeägda företag är inte lika benägna att följa standarder vid upprättande av sin hållbarhetsredovisning som de företag som inte är familjeägda.

Enligt studier finns det markanta skillnader i hållbarhetsredovisning mellan olika industrier. Skillnaderna gäller både omfattningen av hållbarhetsrapporteringen och dess innehåll (Blank et al., 2009). Kilian och Hennigs (2014) gör en skillnad mellan kontroversiella industrier och icke-kontroversiella industrier. De framhåller att företag inom så kallade kontroversiella industrier är mer aktiva i sin hållbarhetskommunikation än de företag som verkar inom icke-kontroversiella industrier. Kotonen (2009) bekräftar också Blank et al. (2009) samt Kilian och Hennigs (2014) resultat att industritillhörighet påverkar hållbarhetsredovisningen.

Forskning kring internt kontextuella faktorer visar att en god kvalitet på hållbarhetsredovisningen uppnås genom att institutionalisera konceptet hållbarhet inom organisationen (Amran, Lee & Devi, 2014). Amran, Lee och Devi (2014) argumenterar för att en institutionalisering av hållbarhetsbegreppet kan uppnås genom att förankra hållbarhetsvärden i företagets vision och affärsidé. Processen kopplad till förberedelse av ett företags hållbarhetsredovisning kan enligt Adams (2002) influeras av vilka avdelningar som är involverade i processen och vilket engagemang som aktieägarna visar upp.

Forskare har även studerat externa faktorer och de lyfter framförallt fram att kulturella faktorer har en påverkan. Yusoff, Othman och Yatim (2013) finner att de kulturella faktorer som influerar hållbarhetsrapportering, med specifikt fokus på miljöfrågor, är graden av kollektivism, högt osäkerhetsundvikande, konfidentialitet, likformighet i rapporteringen och konservatism i redovisningen. De hävdar att identifieringen av dessa faktorer i hållbarhetsrapportering från olika länder kan vara ett bevis på att redovisning kring hållbarhetsfrågor är förhållandevis samstämmig länder emellan. Yusoff, Othman och Yatim (2013) understryker att detta kan betyda att hållbarhetsredovisning rör sig mot en högre grad av standardisering och harmonisering.

Andra studier kring externa faktorer visar att företag förknippar användandet av GRI:s riktlinjer med ökad trovärdighet (Hedberg & von Malmborg, 2003). Hedberg och von Malmborg (2003) slår fast att företag ser dessa riktlinjer som stöd för utformningen av hållbarhetsrapportering och att företag använder hållbarhetsrapportering främst som en mekanism för att uppnå organisationslegitimitet. Enligt deras studie uppfattar företag GRI:s riktlinjer som en hjälp vid intern kommunikation och identifiering av vilka områden som behöver förbättras (Hedberg & von Malmborg, 2003).

Vidare visar forskning att hållbarhetsredovisningens utbredning påverkas av finansiella kriser och kritiska element i företagets omgivning. García-Benau, Sierra-García och Zorio (2013) konstaterar att hållbarhetsredovisningens utbredning har ökat med den senaste finansiella

krisen då antalet utgivna hållbarhetsrapporter i allmänhet har stigit. Sciullis (2011) studie visar slutligen att kritiska element i omgivningen såsom befolkningstillväxt, samhällsengagemang och klimatförändringar påverkar den kommunikation som sker kring hållbarhet.

2.4 Hållbarhetsredovisningens effekter

Forskning som har identifierat effekter finner att hållbarhetsredovisning kan skapa frikoppling, men att den samtidigt kan ha en signaleffekt. Milne och Gray (2013) kritiserar hållbarhetsredovisningen som fenomen eftersom de argumenterar för att hållbarhetsredovisning skapar en frikoppling mellan hållbarhetsredovisningens praxis och bevarandet av det livsuppehållande, ekologiska systemet. Hållbarhetsredovisning kan enligt deras mening förstärka *business-as-usual* och istället leda till en starkare grad av ohållbarhet. Vidare bedömer Milne och Gray (2013) att GRI och TBL inte kan betraktas som tillräckliga förutsättningar för att organisationer ska kunna bidra till att uppehålla det ekologiska systemet. Vad gäller hållbarhetsredovisningens signaleffekt konstaterar Ingram (1978) att det finns en sådan. Denna effekt bör enligt Ingrams (1978) argument utredas utefter specifika marknadssegment och inte generella studier som spänner över flera industrier och företag. Vurro och Perrini (2011) fastslår däremot att hållbarhetsredovisning inte verkar förbättra företagets förmåga att hantera olika intressenter.

2.5 Hållbarhetsredovisningens innehåll: struktur, principer och processer

Forskning kring struktur visar att det finns liknande generella mönster i hållbarhetsrapportering i olika typer av företagsmiljöer, även om det finns vissa skillnader på detaljnivå (Villiers & Alexander, 2014). Vad gäller diskussionen kring hållbarhet i hållbarhetsrapportering framhåller Maignan och Ralston (2002) att företag från olika länder inte uppvisar samma vilja att framstå som socialt ansvarstagande. Maignan och Ralston (2002) slår fast att företag använder sig av olika tillvägagångssätt för att måla upp en bild av socialt ansvarstagande. På ett tekniskt plan visar forskning kring principer och processer att företags hållbarhetsredovisning utifrån GRI:s riktlinjer uppfyller de krav som ställs på rapportering kring *Profile disclosures* och *Disclosures on Management Approach* (Aktaş, Kayalidere & Karğim, 2013). Vad gäller rapporteringskravet kring *Performance Indicators* framhåller Aktaş, Kayalidere och Karğim (2013) att företags hållbarhetsrapporter inte behandlar indikatorerna på ett konsekvent sätt.

Bouten et al. (2011) påvisar att hållbarhetsrapporter generellt uppvisar en låg grad av omfattande och övergripande rapportering. På ett mer konceptuellt plan visar Barkemeyer et al. (2014) att de riktlinjer som är menade att vägleda företagen i sin rapportering tenderar att fokusera på miljömässiga aspekter snarare än sociala aspekter av hållbarhet. Det fokus som läggs på miljöaspekter kan enligt Barkemeyer et al. (2014) innebära att företag fokuserar på aspekter som de kan dra fördel av istället för att diskutera mer konceptuella och miljömässiga frågor såsom beroendeförhållande mellan olika system, kritiska trösklar eller huruvida det finns systematiska hinder för fortsatt tillväxt.

2.6 Hållbarhetsredovisning och samband mellan företag och samhälle

Studier kring samband mellan företag och samhälle visar att företags val att hållbarhetsredovisa inte behöver bygga på rationalitet utan att det istället kan böttna i en differentieringsstrategi (Bebbington, Higgins och Frame, 2009). Enligt Perez-Batres, Miller och Pisani (2011) samt Laine (2009) står det dock klart att företag genom hållbarhetsredovisning och hållbarhetsinitiativ svarar mot institutionell påverkan. Laine (2009) finner att den retorik som företag använder i hållbarhetsrapporter har förändrats över tid, vilket indikerar att tryck utifrån har haft en påverkan på företagens hållbarhetsrapportering. De förändringar som har observerats har sammanfallit med förändringar i den samhälleliga och institutionella omgivningen (Laine, 2009). En liknande tankegång framförs av Pedersen et al. (2013) som framlägger bevis för att statlig reglering kan vara ett betydelsefullt instrument för att stödja hållbarhetsredovisning hos företag. En del företag hävdar dock att de inte påverkas i någon hög grad av allmänna policys i omgivningen (Beare, Buslovich & Searcy, 2014).

Inom forskning kring samband mellan företag och samhälle finns det också resultat som visar att företag kan skapa en större balans i hållbarhetsredovisningen genom att ta in impulser från olika intressenter (Schneider, 2014). Schneider (2014) argumenterar för att det finns en risk att företag fokuserar på en viss hållbarhetsfråga framför andra om intressenter inte tillåts delta i arbetet bakom hållbarhetsredovisningen. Schneider (2014) framför vidare att reflexivitet har potential att skapa stringens mellan hållbarhetsmål och hållbarhetsutvecklingens målsättning. Han vidhåller att det enbart är genom reflexiv process som företag kan uppnå kollektivt lärande och detta kan i sin tur resultera i en affärsmodell som integrerar ekonomiska, ekologiska och sociala faktorer. Samtidigt finner Cho et al. (2015) att institutionell påverkan inte alltid behöver innebära något positivt. De hävdar att det kan finnas motsägelsefulla element i det institutionella och sociala tryck som företag möter, vilket leder till att företag tvingas skapa en fasad genom sin hållbarhetsredovisning. Vidare resulterar detta i att hållbarhetsredovisningen blir ett instrument för hyckleri och hållbarhetsredovisningens kraft att rapportera om verklighetsförankrade frågor begränsas (Cho et al., 2015).

2.7 Innebörd av hållbarhet

Forskning kring innebörd av hållbarhet visar att företag inte kopplar konceptet till verklig förändring utan att de istället definierar hållbarhet som möjligt genom *business-as-usual* (Tregidga, Milne & Kearins, 2013). Enligt Tregidga, Milne och Kearins (2013) arbetar företag för att transformera konceptet *hållbar utveckling* och på så vis försvaga hållbarhetsbegreppets radikala potential. Därigenom försöker företag att omvandla sin identitet (Tregidga, Milne & Kearins, 2013) och få deras uppfattning om hållbarhet att verka förtroendeingivande och rimlig (Higgins & Walker, 2012).

Den retorik som företag använder i hållbarhetsrapportering är att betrakta som en representant av så kallad *weak sustainability* (Laine, 2010; Laine, 2005). Laine (2005) anför att företag som använder sig av *weak sustainability* i sin hållbarhetsredovisning försöker stärka den samhällsuppfattning som hävdar att företag kan *leverera* hållbar utveckling. Laine (2010) påvisar att det verkar vara en tilltagande trend att företag använder sig av *weak sustainability* och därmed har konceptualiseringen av hållbarhet smalnats av i företagens rapportering. Begreppet hållbarhet har gått från att vara ett revolutionärt koncept till ett evolutionärt och det

används i allt högre utsträckning för att bevara företagens nuvarande ställning snarare än att åstadkomma en förändring (Laine, 2010).

Milne, Tregidga och Waltons (2009) kritiska analys av hållbarhetsrapportering visar också att företags förhållningssätt till hållbarhet är smalt och inriktat mot vilken påverkan hållbarhetsarbete kan ha på det enskilda företags ekonomiska ställning. Det verkar som att företagvärldens implicita inställning är att miljön är ett instrument och en nyckel för att kunna uppnå en positiv ekonomisk utveckling (Milne, Tregidga & Walton, 2009). En forskningsrapport utgiven av KPMG och GRI (2007) drar slutsatsen att företag i allmänhet hellre lyfter fram vilka fördelaktiga möjligheter hållbarhetsfrågan kan innebära än att kommentera vilken negativ påverkan den kan ha.

2.8 Teoretisk dikotomi: weak sustainability eller strong sustainability

Hållbar utveckling är ett koncept vars definition har varierat och konceptet har getts flera olika benämningar genom åren. Laine (2005) lyfter fram att hållbar utveckling genom historien har framställts i form av dikotomier och att det därmed finns definitioner av hållbar utveckling som mer eller mindre är motsatsbegrepp till varandra. Vidare anger Laine (2005) att dikotomierna bär på olika innebörd med avseende på hållbarhet och olika inställningar till hur en hållbar utveckling uppnås. Den vetenskapliga indelningen av de olika definitionerna av konceptet hållbar utveckling är polariserade där den ena definitionen av hållbar utveckling är mindre drastiskt inställd till förändringar i sociala och ekonomiska system, medan den definition som står i kontrast till den första är mer radikal till sin natur. Inom vetenskaplig litteratur förekommer dessa definitioner enligt Laine (2005) i form av benämningarna reformist/radical, technocentric/ecocentric, business view/public view och light green/deep green. Laine (2005) refererar dock till dessa ytterligheter som *weak sustainability* (hädanefter WS) och *strong sustainability* (hädanefter SS), vilket även är de benämningar som vi applicerar i denna studie.

Neumayer (2013) resonerar i termer av att litterära verk och studier av Solow och Hartwick samt Daly har lagt grunden för dikotomierna WS och SS. Solow och Hartwick la enligt Neumayer (2013) grunden för WS genom bidraget *total net investment* som argumenterade för möjligheten att kompensera för förbrukade resurser och att förbrukning av resurser kan anses hållbart så länge det finns investeringar i andra typer av kapital som kompenserar för det. Vad gäller SS hävdar Neumayer (2013) att Dalys resonemang kring *steady state economy* utgör en grund för begreppet SS på ett liknande sätt som total net investment gör för WS. Det finns dock beskrivningar som tyder på att Solow och Hartwick samt Daly inte var de första att resonera kring olika perspektiv på hållbarhet.

Enligt Shrivastava (1994) fanns det redan på 1800-talet litteratur som talade i dikotomier kring hållbarhet. Under denna period försökte human-naturalister att utvidga den antropocentriska synen på relationen mellan naturen och människan. Det antropocentriska perspektivet som dittills hade varit framträdande präglades av en instrumentell inställning till naturen och såg naturen som ett medel för människan att uppnå välstånd (Shrivastava, 1994). Reformeringen av det antropocentriska perspektivet, vilket Shrivastava (1994) refererar till som *reform environmentalism* vars tankegångar ligger till grund för WS, drev fram synsättet att människan bör verka för att minimera de destruktiva konsekvenser för miljön som mänsklig aktivitet föranleder. Shrivastava (1994) slår fast att reform environmentalism

fortfarande anlägger ett antropocentriskt förhållningssätt till naturen men att det reformerats och utvidgats i form av att den nya varianten av antropocentrism förordar minimering av miljöförstöring.

Under 1970-talet växte motsatsbegreppet *radical environmentalism* fram och det underströk behovet av en jämställdhetssträvan i människans relation med naturen (Shrivastava, 1994). Det radikala synsättet bygger på en tanke om att människan bör ha en egalitär relation med naturen och den avfärdar antropocentrism eftersom miljön inte kan behandlas som enbart en resurs för mänsklig välfärd. Naturen kan enligt radical environmentalism inte ses som en ”accessoar för människans välbefinnande” (Shrivastava, 1994, s. 717). Jämställdhetstanken i radical environmentalism och SS understryks av Bebbington (2001) som beskriver att SS står för att upprätthålla liv för alla arter och inte enbart den mänskliga arten vilket reform environmentalism och WS förespråkar.

Enligt vår observation finns det två tydliga skolor kring beskrivningen av WS respektive SS i teorin. Av dessa skolor är den som fokuserar på att definiera och beskriva WS och SS utifrån miljömässiga kriterier särskilt framträdande (exempelvis Atkinson, 2000; Shrivastava, 1994). Den andra skolan har fler beskrivningar och definitioner av WS och SS utifrån ett socialt perspektiv, bland annat inkluderas det sociala perspektivet i Rossi, Brown och Baas (2000) beskrivning av corporate view och public view. Den skola som inkluderar det sociala perspektivet ges dock inte lika stort utrymme i litteraturen, trots att både miljöfrågor och sociala aspekter ryms inom begreppet hållbarhet.

2.8.1 Weak sustainability

WS ifrågasätter inte nuvarande metod för ekonomisk utveckling utan ser hållbar utveckling som förenlig med en modifierad version av ”business-as-usual” (Bebbington, 2001). Enligt WS kan vi också behålla rådande ekonomiska institutioner och sociala strukturer eftersom dessa är förenliga med en strävan mot hållbar utveckling (Laine, 2005). Nuvarande sociala och ekonomiska strukturer och institutioner är inte enbart förenliga med hållbar utveckling utan Bebbington (2001) hävdar att WS etablerar ett argument om att bevarandet av rådande institutioner i själva verket är en *förutsättning* för att kunna uppnå hållbarhet. Neumayer (2013) klargör detta genom att beskriva att WS gör ett antagande om att stigande inkomster med en efterföljande konsumtionsökning till slut kommer att föranleda en ökning av förnyelsebara resurser och en minskning av utsläpp. Mot bakgrund av detta antagande proklamerar WS ett behållande av tillväxtimperativet i ekonomin eftersom ökad tillväxt antas kunna leda till hållbarhet (Neumayer, 2013).

WS förespråkande av ekonomisk tillväxt som ett medel för hållbar utveckling motiverar reformer snarare än radikala och strukturella förändringar. Bebbington (2001) beskriver det som att WS har en grundläggande inställning till förändring som bygger på att hållbarhet kan uppnås genom att göra stegvisa anpassningar av det nuvarande systemet. Shrivastava (1994) påvisar även att WS bygger på en antropocentrisk inställning till de resurser som finns i människans omgivning. Resurserna ses enligt WS som nödvändiga då de utgör ett instrument för utveckling av människans välfärd (Shrivastava, 1994).

WS omnämns av Neumayer (2013) som ett *substitutability paradigm*. Paradigmet innebär ett antagande om att det går att ersätta förbrukade resurser med investeringar i andra kapital och på så vis nå hållbar utveckling (Neumayer, 2013). Rent konkret beskriver Neumayer (2013, s.

23) det som att paradigmet om ersättningsbarhet inom WS sammanfattas genom följande citat:

If investment in man-made and human capital is big enough to compensate for the depreciation of natural capital an explicit policy of sustainable development is not even necessary for then sustainability is guaranteed quasi-automatically.

Principiellt innebär paradigmet om ersättningsbarhet inom WS att naturresurser kan avverkas riskfritt så länge humankapital eller andra former av kapital utvecklas för att ersätta förbrukat naturkapital (Neumayer, 2013; Atkinson, 2000). Enligt Neumayer (2013) finns det, vid sidan av paradigmet om ersättningsbarhet inom WS, en progressivare inställning som antar att naturkapital existerar i överflöd och att avverkat naturkapital således inte behöver kompenseras genom investeringar i alternativt kapital (Neumayer, 2013).

Inom WS ryms även en optimistisk syn på resurser och det finns ett grundläggande antagande om att teknisk utveckling är nyckeln för att övervinna problemet kring begränsade resurser (Neumayer, 2013). Rossi, Brown och Baas (2000) lyfter fram fyra olika sätt för att nå en ökad hållbarhet enligt WS som bygger på teknisk utveckling. De hänvisar till ledare för DuPont och framhäver att hållbarhet kan nås genom framtagande av nya material genom innovation, global expansion av kundbasen samt arbete för ökad rättvisa och välfärd för medarbetare. Även effektivisering av energianvändning och materiell konsumtion samt minskad skadlighet hos produkter och biprodukter nämns som viktiga faktorer för att nå ökad hållbarhet (Rossi, Brown & Baas, 2000).

2.8.2 Strong sustainability

Enligt Neumayer (2013) är SS inte på något sätt emot att de kriterier för hållbarhet som utpekats som centrala av WS uppnås. SS förespråkar dock ytterligare kriterier för att nå hållbarhet och hävdar att de åtgärder som WS föreslår inte är tillräckliga ur ett långsiktigt perspektiv (Neumayer, 2013). Att hållbarhet kan uppnås genom att modifiera "business-as-usual" som förespråkas av WS avfärdas således av SS. SS argumenterar istället för att en omdefiniering av det slutmål som människan strävar efter måste äga rum (Bebbington, 2001). I synnerhet menar Bebbington (2001) att SS står för en syn som innebär att när basala behov är mättade så utgör ökad materiell konsumtion inte någon verklig *utveckling*.

Förespråkare för SS argumenterar för att samhällets och företagens fokus på kontinuerlig tillväxt är en huvudsaklig orsak till sociala och miljömässiga problem och utgör ett hinder för att kunna uppnå en hållbar utveckling (Laine, 2005; Bebbington, 2001). Tillväxtimperativet förstärker det grundläggande antagandet om att vinst är företagets mål och strävan vilket är problematiskt (Bebbington, 2001). Rossi, Brown och Baas (2000) framhåller att det enligt SS är ytterst tveksamt om företag har kapaciteten att bidra till hållbar utveckling och det är därmed oklart ifall de kan förväntas bidra till hållbarhet. Även om tillväxtimperativet är kraftigt ifrågasatt av SS finns det även tankar om att en omdefiniering av vad tillväxten ska bygga på kan ge hållbarhet. Bebbington (2001, s. 142) hänvisar till Dovers (1989) som beskrev detta på följande sätt:

What is important is the kind of growth... exponential and indefinite material growth is not sustainable, but 'growth' in technological expertise, education or community health certainly may be.

Det centrala i SS grundläggande resonemang är att det krävs en frikoppling från ekonomisk tillväxt såsom vi tidigare har definierat den och att detta enbart kan uppnås genom en radikal omdefiniering av det sociala kontrakt inom vilket företag verkar (Bebbington, 2001). För att uppnå hållbarhet krävs det också ett radikalt skift vad gäller hur vi använder och designar produkter samt hur vi tänker kring konsumtion (Rossi, Brown & Baas, 2000). Rossi, Brown och Baas (2000, s. 275) hänvisar till McDonough (1999) som förordar ett skift mot ökad serviceproduktion och utveckling av material vars användningsområden kan utökas eller omstyras i slutet av användningsperioden och då användas för tekniska eller biologiska syften.

Enligt SS krävs det således en förändring av genomgripande och strukturell karaktär för att nå hållbarhet. Det räcker inte att justera nuvarande modell som WS hävdar (Bebbington, 2001) eller att tänka i termer av kompensation eller substitution (Neumayer, 2013). SS betraktar naturkapital som icke-substituerbart genom andra typer av kapital (Neumayer, 2013). Det är omöjligt att *kompensera* undanröjande av resurser vilket innebär att vi istället måste verka för fysisk behållning av resurser som omger oss (Atkinson, 2000). En ökad konsumtion kan inte kompensera framtida generationer för stigande miljömässig degradation, vilket Neumayer (2013, s. 27) illustrerar genom följande citat av Barry (1991):

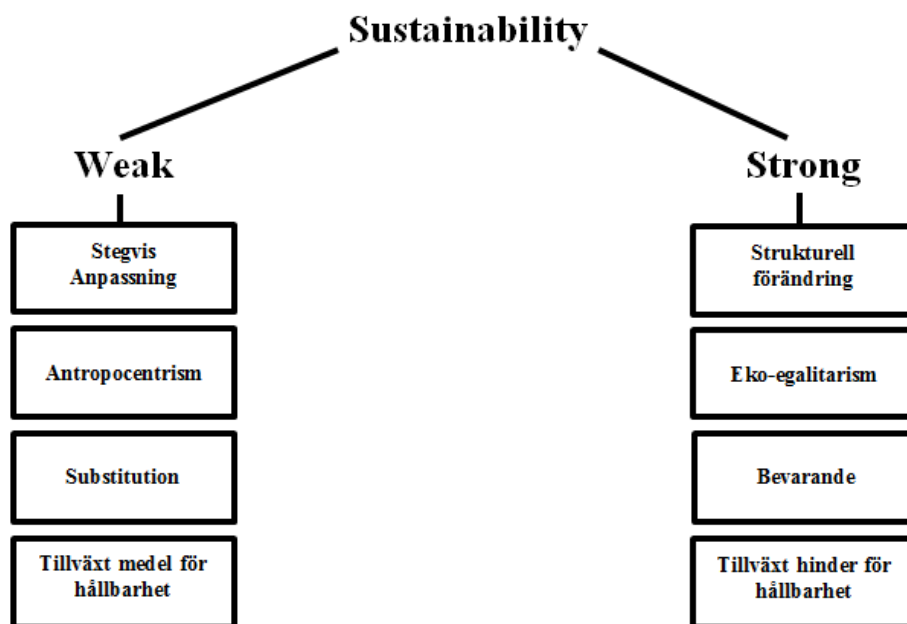
We will all agree that doing harm is in general not cancelled out by doing good, and conversely that doing some good does not license one to do harm provided it does not exceed the amount of good. For example, if you paid for the realignments of a dangerous highway intersection and saved an average of two lives a year, that would not mean that you could shoot one motorist per year and simply reckon on coming out ahead.

Neumayer (2013) beskriver att SS efterlyser ett paradigmskifte som innebär att vi rör oss bort från neoklassisk ekonomi till ekologisk ekonomi. För att uppnå detta måste vi få till stånd en dramatisk förändring av vårt tankesätt och i synnerhet vårt systemtänkande. Istället för att se makroekonomin som ett överordnat system bör vi istället utgå ifrån ett ändligt ekosystem och se makroekonomin som ett undersystem till ett större ekosystem. Genom att anlägga ett annat perspektiv skulle nya spelregler på så vis skapas där makroekonomiska spelregler måste anpassas till att rymmas i ett större sammanhang (Neumayer, 2013).

2.8.3 Studiens analysmodell

Mot bakgrund av de teoretiska resonemang som vi har redogjort för ovan kan skillnaderna mellan WS och SS sammanfattas i fyra punkter. Den första skillnaden är inställningen till tillväxt då WS betraktar tillväxt som en förutsättning för att nå hållbar utveckling, medan SS istället argumenterar för att tillväxt kan ses som en orsak till att hållbarhet inte har uppnåtts. Den andra skillnaden är synsättet kring naturen där WS värderar naturen som ett medel för människans välbefinnande medan SS förespråkar ett synsätt där människan ses som en integrerad del av naturen då man inte kan separera dem. WS och SS uppvisar också skillnader vad gäller inställning till substitution. WS förordar substitution och förespråkar att investering i andra kapitalformer kan kompensera för förbrukning av naturresurser. SS motsätter sig helt denna beskrivning och menar att fokus bör ligga på fysiskt bevarande av resurser istället för kompensation. Slutligen finns det en skillnad mellan WS och SS gällande inställning till den grad av förändring som krävs för att nå hållbarhet. WS hävdar att hållbarhet är fullt realiserbart genom stegvis anpassning av nuvarande system medan SS efterlyser en

genomgripande och strukturell förändring som leder till ett nytt systemtänk. Modellen nedan sammanför de olika förhållningssätten till det gemensamma målet hållbarhet.



Figur 2.1. Vägar till hållbarhet. Begreppsmodell för studiens teoretiska referensram.

Även om skillnaderna mellan WS och SS kan sammanfattas i fyra punkter betraktar vi dessa som principiellt kopplade till attityder kring förändring. Om utgångspunkten exempelvis är att tillväxt är en förutsättning för hållbarhet, vilket WS hävdar, är det sannolikt att förändringsbenägenheten är låg då man förordar att behålla det nuvarande systemet. Om utgångspunkten gällande tillväxt däremot är det motsatta, som för SS, är det sannolikt att det finns en strävan för förändring och utvecklande av ett nytt system. I vår analys utgår vi till viss del således ifrån WS och SS olika inställningar vad gäller förändring. En modifiering av nuvarande affärsmodell kopplas till WS, medan utveckling av nya inslag i affärsmodellen och eliminering av gamla element med syfte att öka hållbarheten kopplas till SS då de förändrar affärsmodellens struktur. Som vi angav i inledningen till detta kapitel fokuserar litteraturen kring WS och SS till stor del på att beskriva dem utifrån ett miljömässigt perspektiv. Vår analys omfattar kommunikation av både miljöfrågor och sociala frågor, eftersom hållbarhet inkluderar båda, trots att litteraturen ofta framhåller enbart miljömässiga exempel.

3 Metod

Studiens syfte är att utforska konstruktionen av hållbarhetsbegreppet, vilket motiverar en abduktiv forskningsansats med inspiration från foucauldianskt perspektiv. Studiens forskningsmetod är kvalitativ innehållsanalys då den kan bidra till en djupare förståelse för hur hållbarhetsbegreppet kommuniceras och konstrueras. Vårt teoretiska urval bygger på forskningstraditionens uppdelning av kontroversiella och icke-kontroversiella industrier och tvärsnittsdesignen lämpar sig väl då vi utforskar ett visst affärskoncept. För att stärka studiens kvalitet återges även ett utdrag från vårt kodschema och vi reflekterar avslutningsvis kring valet av metod i förhållande till studiens syfte.

3.1 Forskningsansats

Vår studie inrymmer inslag av både deduktiv och induktiv ansats. Vi har utgått ifrån en teoretisk modell, vilket innebär ett deduktivt inslag. Vi har därefter samlat in och tolkat data från hållbarhetsredovisningar, vilket utgör det induktiva inslaget. Detta har medfört att vi har haft en teoretisk utgångspunkt i form av modellen, men vi har också utvecklat modellen med hjälp av de resultat som vi har funnit i analyserna av vårt empiriska material. På så vis har vi skapat underkategorier som har knutits till den teoretiska grundmodellen. Vår metodansats ligger i linje med Alvessons och Sköldbbergs (2008) perspektiv på abduktion.

Den abduktiva processen som ligger till grund för denna studie möjliggör avstämning mot den befintliga teoretiska modellen och abduktion ger enligt Jacobsson (2010) även utrymme för skapande av ny förståelse. I det här fallet ny förståelse av hållbarhetsbegreppet. Vid sidan av vår abduktiva ansats har vi i denna studie anlagt ett foucauldianskt perspektiv såsom det tillämpas och beskrivs av Laine (2005). Vi har likt Laine (2005) fokuserat på att extrahera textavsnitt ur det empiriska materialet och vi argumenterar för att det som företagen kommunicerar i hållbarhetsredovisningarna representerar en konstruktion av begreppet hållbarhet. Det foucauldianska perspektivet har i denna studie emellertid inte tillämpats enligt kritisk diskursanalys som Lock och Strong (2010, ss. 256-257) hänvisar till. Detta medför att vi enbart har speglat hur begreppet hållbarhet kommuniceras utan att lägga värdering i vad som ligger bakom kommunikationen.

3.2 Forskningsmetod och forskningsdesign

Tidigare forskning kring hållbarhetsredovisning, oavsett om forskningen avser användning, utbredning, faktorer som påverkar hållbarhetsredovisningen eller liknande, visar att innehållsanalys är en vanlig metodansats för studier av hållbarhetsredovisning och hållbarhetskommunikation. Däremot finns det i tidigare forskning en tendens till att innehållsanalyserna är av kvantitativt slag då innehållsanalys i regel utgör en bas för statistiska analyser och tester av samband mellan hållbarhetsredovisningen och andra faktorer (exempelvis Li, Zhang & Foo, 2013; Clarkson et al., 2008; Cho & Patten, 2007). Vårt fokus för denna studie är istället att utforska hur begreppet hållbarhet kommuniceras och därmed konstrueras via företags hållbarhetsredovisning och inte att kartlägga relationer mellan hållbarhetsredovisning och yttre faktorer.

Mot bakgrund av ovanstående har vi valt att studera hållbarhetsbegreppet genom den forskningsmetod som Bryman och Bell (2013, s. 565) benämner kvalitativ innehållsanalys. Anledningen till detta är att vi vill lyfta fram centrala teman för konstruktionen av hållbarhetsbegreppet och vi är inte i huvudsak intresserade av att kvantifiera de resultat som vi finner. Bryman och Bell (2013) skildrar kvalitativ innehållsanalys som lämplig för studier av bakomliggande teman. Vi har genom kvalitativ innehållsanalys kunnat belysa olika teman i hållbarhetsredovisningen och utforskat om de kan hänföras till någon av de teoretiska kategorierna för hållbarhetsbegreppet: WS eller SS. För att illustrera dessa teman har vi lyft fram textavsnitt från respektive hållbarhetsredovisning och kopplat dessa till de teoretiska kategorierna.

Vår studie är vidare inriktad på att ge en ögonblicksbild av den konceptuella förståelse och innebörd av hållbarhetsbegreppet som kommuniceras och konstrueras i hållbarhetsredovisningarna för de företag som ryms inom det teoretiska urvalet. Vi anlägger därför en tvärsnittsdesign (Bryman & Bell, 2013, s. 76) på vår kvalitativa innehållsanalys. Tvärsnittsdesignen tillåter oss att fånga variationerna som finns i det empiriska materialet genom att inkludera mer än ett fall. I vår studie inkluderar vi tre företag som förenas av ett likstämmt affärskoncept. Möjligheten att fånga variationerna genom tvärsnittsdesignen tillåter en mer nyanserad bild av hållbarhetsbegreppet att träda fram från analysen och vi bedömer det som en styrka.

Bryman och Bell (2013) argumenterar för att tvärsnittsdesignen är fördelaktig vid studier av en viss industri eller en viss typ av företag och faktum är att den engelska benämningen av tvärsnittsdesign är cross-sectional design. Vi har i denna studie tillämpat *teoretiskt urval* (Bryman & Bell, 2013, s. 453) med inriktning mot företag som bygger sin verksamhet på ett visst affärskoncept. De företag som ingår i denna studie har alla ett fokus på korta ledtider, snabb omsättning och lågt pris. Den här typen av företag använder sig av en strategi som kräver få mellanhänder i produktionen och stolserar med att erbjuda vad som kan sammanfattas som ”bra kvalitet till låga omkostnader”. Tvärsnittsdesignen utgör därmed ett lämpligt val av forskningsdesign för vår studie, dels då vi vill ge en ögonblicksbild av den aktuella konstruktionen av begreppet hållbarhet och dels då vi inriktar vår studie mot ett klart definierat teoretiskt urval.

3.3 Om studiens urval

Den urvalsstrategi som vi har tillämpat för denna studie är teoretiskt urval såsom begreppet används av Bryman och Bell (2011, s. 453). Bryman och Bell (2011) hänvisar till Glaser och Strauss (1967) då de argumenterar för att teoretiskt urval är en lämplig urvalsteknik för kvalitativa studier. Enligt Glaser och Strauss (1967) lämpar sig teoretisk samplingsteknik för kvalitativa studier eftersom syftet med kvalitativa studier skiljer sig från syftet med kvantitativa studier. Denna skillnad innebär också att kvantitativa studier går mer på ytan medan kvalitativa studier ger grund för förståelse och djupare belysning av ett visst tema (Marshall, 1996). I vår problematiseringsdel klargjorde vi att vårt fokus är att skapa en djupare konceptuell förståelse genom att utforska hur företag kommunicerar och därmed konstruerar begreppet hållbarhet via hållbarhetsredovisningen. Således bygger vår studie på kvalitativ metod och den teoretiska urvalstekniken lämpar sig väl.

Teoretiskt urval är också en användbar samplingsteknik när det finns teoretiska kategorier. Enligt Bryman och Bell (2011, s. 453) är syftet med ett teoretiskt urval att upptäcka kategorier och deras egenskaper. Vår studie fokuserar på att utforska hur begreppet hållbarhet

kommuniceras och därmed konstrueras av företag. Mer konkret fokuserar vi på att utforska den innebörd som tillskrivs hållbarhetsbegreppet av företag inom en viss kontroversiell industri och vi gör det genom att utgå ifrån kategorierna WS och SS och addera underkategorier till dessa baserat på vårt resultat. Vi har i vår teoretiska referensram funnit att akademisk forskning gör en skillnad mellan kontroversiella och icke-kontroversiella industrier vid forskning kring hållbarhet. Kilian och Hennigs (2014) drar i sin beskrivning av kontroversiella industrier paralleller till Wilson och West (1981). Wilson och West (1981) resonerade i termer av kontroversiella produkter, vilket Kilian och Hennigs (2014) senare har kopplat till kontroversiella industrier. Wilson och West (1981, s. 92) definierar kontroversiella produkter som:

Products, services, or concepts that for reasons of delicacy, decency, morality, or even fear tend to elicit reactions of distaste, disgust, offence, or outrage when mentioned or when openly presented.

Att den del av modeindustrin som bygger på fast fashion träffas av denna beskrivning, och därmed kan betraktas som en kontroversiell industri, tydliggörs av Joy et al. (2012). Konceptet fast fashion omfattar enligt Joy et al. (2012) ett fokus på framtagande av lågkostnadskollektioner som imiterar rådande modetrender, vilka hämtas från den lyxigare modeindustrin. Enligt dem utgörs den huvudsakliga kontroversiella aspekten hos fast fashion av det faktum att trender omsätts i en otrolig hastighet och att gårdagens mode snabbt utdateras av dagens senaste modenyheter. Den höga omsättningen på modet bidrar till ohållbar konsumtion och slit-och-släng mentalitet då gårdagens mode snabbt åker i papperskorgen (Joy et al., 2012).

Kim, Choo och Yoon (2013) påtalar att affärsmodeller med grund i fast fashion har blivit den mest erkända affärsmodellen inom modeindustrin på grund av imponerande prestationer på den globala marknaden under de senaste årtiondena. Konsumtion har länge varit lovordat som motorn i den kapitalistiska ekonomin (Kim, Choo & Yoon, 2013), vilket vi bedömer som en bidragande orsak till att fast fashion har blivit så väletablerat. Kim, Choo och Yoon (2013) lyfter dock fram att det finns indikationer på att tonvikten som fast fashion lägger på hastighet, kvantitet och storlek är långt ifrån problemfri. De problem som beskrivs ha en koppling till fast fashion är både av miljömässig och av social karaktär. Kim, Choo och Yoon (2013) pekar bland annat på att global uppvärmning, vatten- och luftförorening och social ojämlikhet är relevanta problem och kontroversiella aspekter av fast fashion.

Vårt teoretiska urval har byggt på resonemanget kring kontroversiella industrier och i synnerhet den beskrivning av fast fashion som ges ovan. De parametrar som vi har utgått ifrån i vårt teoretiska urval är således betoningen av lågkostnadsprofil, trendmedvetenhet, hög omsättningshastighet och korta ledtider. Dessa parametrar har skapat associationer till specifika företag vars affärsmodell vi identifierat som fast fashion. Vi har i praktiken gjort urvalet baserat på top of mind-associationer och inte baserat urvalet på någon efterforskning kring vilka företag med koppling till fast fashion som har störst hållbarhetspåverkan. Top of mind-strategin i urvalsprocessen har lett till att samtliga företag som har inkluderats i urvalet är internationella aktörer. Att urvalet är koncentrerat kring internationella aktörer bedömer vi som positivt, eftersom globala och internationella företag har en utspridd verksamhet med global påverkan och därmed rimligen har en stor påverkan på konstruktionen av begreppet hållbarhet.

3.4 Om studiens empiriska material och analysmetod

De företag som inkluderas i denna studie är Gina Tricot, Nilson Group och H&M. Samtliga företag i urvalet har kopplingar till fast fashion i form av fokus på antingen renodlad skoförsäljning eller ett helhetsperspektiv på mode som inkluderar såväl skor som kläder. Gällande Nilson Group genererades det av en annan top of mind-association då vi i ett initialt skede tänkte på Skopunkten och Din Sko. Anledningen till att vi modifierade det initiala urvalet är att hållbarhetsrapportering görs på koncernnivå och inte varumärkesnivå: Skopunkten och Din Sko är två av koncernen Nilson Groups varumärken. För att få adekvat empiriskt material för vår studie behövde vi därmed fokusera på att analysera hållbarhetsredovisningen som ges ut på koncernnivå.

Vår ambition var att genomföra en tvärsnittsstudie av dessa företag som speglar den aktuella kommunikationen av begreppet hållbarhet. För att få en uppfattning om vilket rapporteringsår vi skulle analysera besökte vi respektive företags hemsida för att undersöka vilket år den senaste hållbarhetsredovisningen utgavs. Efterforskningen visade på att den senast publicerade hållbarhetsredovisningen vid tidpunkten för urvalet var den för år 2013 och därmed valde vi att fokusera på denna. Samtliga hållbarhetsredovisningar för företagen i vårt urval fanns tillgängliga via deras hemsidor. Vi laddade således ner alla hållbarhetsredovisningarna för rapporteringsår 2013 ifrån respektive företags hemsida (för exakta länkar, se källförteckningen) och printade ut dessa för att genomföra analysen av materialet.

Gina Tricots och Nilson Groups respektive hållbarhetsredovisning omfattade omkring 30 sidor vardera, vilket ackumulerat innebar cirka 60 sidor att analysera. Därtill var H&M:s hållbarhetsredovisning klart mer omfattande med ett omfång på omkring 90 sidor. Vi har därmed totalt analyserat 150 sidor hållbarhetskommunikation i denna studie. Ur hållbarhetsredovisningarna extraherade vi totalt 183 stycken textavsnitt. Av dessa är 29 stycken hämtade från Gina Tricot, 26 stycken från Nilson Group och 83 stycken från H&M. Antalet textavsnitt är proportionerligt fördelade mellan företagen vid beaktning av det faktum att H&M:s hållbarhetsredovisning är betydligt mer omfattande än både Gina Tricots och Nilson Groups. Vidare beskrivning av textavsnittens fördelning per företag återfinns i avsnittet för empiri och analys under respektive företag.

Vi har analyserat det insamlade materialet baserat på Laines (2005) angreppssätt. Detta innebär att vi både har fokuserat på specifika ord och samtidigt koncentrerat oss på att undersöka hur konceptet hållbarhet/hållbar utveckling framställs i företagens hållbarhetsredovisningar. Vi har även beaktat i vilken typ av kontext som beskrivningarna görs. Då syftet med denna innehållsanalys har varit att belysa centrala teman och inte primärt att kvantifiera informationen har vi valt att välja ut specifika textavsnitt som illustrerar/representerar ett visst resonemang eller ett särskilt tema. Analysprocessen påbörjades genom individuella analyser av det empiriska materialet och för att nå stringens har vi sedan diskuterat tolkningar i relation till analysmodellen utefter vad den individuella analysen visade. Samtliga analyser i denna studie har genomförts manuellt utan användning av datorprogram. Nedan återfinns ett utdrag från det kodschema som vi har använt och exempel på tolkningar av det empiriska materialet i respektive företags hållbarhetsredovisning.

Tabell 3.1. Utdrag från kodschemat.

Mening/Meningar	Huvudkategori	Kategori	Underkategori	Företag
Vi har även utökat tredjepartskontrollerna i våra produktionsländer, vilket ger oss tidigare feedback i produktionsprocessen.	Weak Sustainability	Stegvis anpassning av nuvarande affärsmodell	Kontroller längs värdekedjan	Gina Tricot
Kompetensutveckling hos våra leverantörer, genom regelbunden utbildning, är grundläggande för att nå långsiktiga och hållbara resultat.	Glidande skala	Kompensation och positiv ekonomisk utveckling	Utbildning	Nilson Group
Denna organisation är ett initiativ med syfte att förbättra arbetsvillkoren i globala leverantörskedjor.	Weak Sustainability	Stegvis anpassning av nuvarande affärsmodell	Samarbeten för bättre villkor längs kedjan	Gina Tricot
Last year, we introduced our global garment collecting programme. /.../ ultimately we want to create a closed loop for textiles in which no longer wanted clothes can be recycled into new treasures.	Strong Sustainability	Genomgripande och strukturell förändring	Användning av output	H&M
We want to use our scale to bring about systemic change to our industry and across our entire value chain.	Glidande skala	Stegvis anpassning och genomgripande/strukturell förändring	Aspekter av produktionsflödet	H&M
Hållbarhet integreras i vårt dagliga arbete, genom hela värdekedjan, då vi i varje del har en påverkan på vår omvärld. Värdekedjan är kärnan i vår verksamhet och behandlar alla moment en sko behöver genomgå /.../	Weak Sustainability	Stegvis anpassning av nuvarande affärsmodell	Stegvis förbättring/Eko-modernisering	Nilson Group
Under året har detta arbete intensifierats, då vi tydliggjort sambanden mellan kvalitet, hållbarhet och försäljning.	Weak Sustainability	Positiv ekonomisk utveckling och hållbarhet	Samband med oklar orsaksverkan	Gina Tricot
Att fortsätta utveckla företaget i en hållbar riktning, genom goda investeringar som genererar god lönsamhet.	Weak Sustainability	Positiv ekonomisk utveckling och hållbarhet	Lönsamhet ger hållbarhet	Nilson Group
Of course I hope that H&M will continue to grow and contribute to jobs and development around the world. But to continue growing, we need to consider our planet's boundaries. I believe that the way fashion is made and consumed will change. I hope that we will be able to produce fashion in a closed loop.	Glidande skala	Positiv ekonomisk utveckling som hinder/förutsättning	-	H&M

3.5 Trovärdighet och autenticitet

I kvalitativ forskning talas det om kvalitetskriterier såsom trovärdighet och autenticitet. Trovärdighetskriteriet ingriper kvalitetsaspekter som tillförlitlighet, pålitlighet och överförbarhet enligt Graneheim och Lundman (2004) och de beskriver dessa som sammankopplade. Vi har arbetat för att stärka tillförlitligheten i denna studie genom att återge ett detaljerat utdrag från det kodschemat som vi har använt oss av under analysprocessen. Vidare har vi strävat efter att återge en väldefinierad teoretisk modell för analys för att säkerställa att det skapas en balans vid insamling av data som leder till att relevant data fångas upp och irrelevant data exkluderas. Graneheim och Lundman (2004) anger att kvalitativa forskare bör arbeta för att skapa denna balans genom robust beskrivning av analysmodellen och hävdar att tillförlitligheten på så vis stärks.

Avseende tillförlitligheten argumenterar Graneheim och Lundman (2004) vidare för att det är värdefullt att ha en dialog kring analysprocessen för att stärka just denna. Enligt dem bör man som forskare föra en dialog kring såväl kodning som sortering av material (Graneheim & Lundman, 2004). Då vi har arbetat i par under denna studie så har dialogaspekten beaktats. Vi har kontinuerligt fört en dialog med varandra kring hur datamaterialet ska tolkas och relateras till analysmodellen för att säkerställa att allt analysarbete grundas i samma underliggande principer.

Graneheim och Lundman (2004) påtalar att det i synnerhet kan skapas problem gällande trovärdighetskriteriet pålitlighet vid en longitudinell forskningsdesign eftersom data då samlas in över en längre tidsperiod. Vi har inte detta problem eftersom vår studie anlägger en tvärsnittsdesign och datainsamling sker således vid en specifik tidpunkt. Bryman och Bell (2013) lyfter vidare fram att en ökad grad av pålitlighet kan skapas i en studie genom att säkerställa en fullständig och tillgänglig redogörelse för studiens alla faser. Vi har strävat efter att ge en fullgod redogörelse. Vi har dels gett en detaljerad beskrivning av insamlingsprocessen inför analysen och dels har vi extraherat textavsnitt från det empiriska materialet som illustrerar hur vi tolkar materialet i relation till analysmodellen. Dessutom ser vi den abduktiva processen som en styrka i detta avseende eftersom den innebär att vi ger läsaren av vår studie en kontinuerlig uppdatering av analysmodellen baserat på de resultat vi finner.

Det slutliga kvalitetskriteriet som Graneheim och Lundman (2004) lyfter fram inom ramen för trovärdighet är överförbarhet. Alvesson och Sköldberg (2008) beskriver att en vanlig kritik mot kvalitativ forskning är att den inte är generaliserbar på samma vis som kvantitativ forskning. Alvesson och Sköldberg (2008) argumenterar dock för att man kan likställa generaliserbarhet med utvidgning av den praktiska användbarheten. Marshall (1996) slår fast att överförbarheten är ett mått på den praktiska användbarheten. En noggrann beskrivning av materialinsamlingen och analysprocessen är viktiga aspekter för att skapa en ökad överförbarhet enligt Graneheim och Lundman (2004). Precis som vi tidigare redogjort för har vi under arbetsprocessen arbetat för att åstadkomma en noggrann beskrivning. Det har gjorts genom att återge textavsnitt som illustrerar de resultat vi finner i analysen.

Ur ett allmänt perspektiv på trovärdighetskriteriet argumenterar Graneheim och Lundman (2004) för att en hög grad av trovärdighet kan uppnås genom att underlätta läsarens förmåga att urskilja alternativa tolkningar. I denna studie har vi arbetat för att göra tolkningen tillgänglig för läsaren på två sätt. För det första har vi tydligt angett varifrån vårt material är hämtat. För det andra har vi i vår resultatdel återgett utdrag från vårt empiriska material vilket innebär att vi möjliggör läsarens egen tolkning.

Autenticitet lyfts fram av Bryman och Bell (2013, s. 405) som ett annat kvalitetskriterium för kvalitativ forskning. Kriteriet för autenticitet kretsar kring det sociala sammanhanget och ifall studiens resultat speglar de olika åsikter som finns hos en grupp människor (Bryman & Bell, 2013). Vi lämnar sociala sammanhang och gruppdynamik utanför denna studie, varför vi inte kan hävda att vi skapar bättre förståelse för sociala situationer. Däremot bidrar vår studie med förståelse kring ett centralt begrepp (i.e. hållbarhet), vilket i sin tur kan användas för att forma en social kontext. Denna förståelse är värdefull för taktisk och ontologisk autenticitet (Bryman & Bell, 2013, s. 405) eftersom vår studie på så vis bidrar till att läsaren når en bättre förståelse för den innebörd som hållbarhetsbegreppet har fyllts med och det gör det möjligt för läsaren att utvärdera den innebörd av hållbarhet som konstrueras i företags kommunikation.

3.6 Metodreflektion

Syftet med denna studie är att utforska hur begreppet hållbarhet kommuniceras och därmed konstrueras i företags hållbarhetsredovisningar. Vi uppfyller syftet genom att svara på relaterade forskningsfrågor, vilket också angivits i tidigare avsnitt. Syftesformuleringen motiverade valet av metoden innehållsanalys eftersom vi är intresserade av att utforska hållbarhetsbegreppet såsom det kommuniceras i de utvalda företagens hållbarhetsredovisning. Eftersom vi i denna studie fokuserar på att utforska teman bakom hållbarhetsbegreppet i hållbarhetsredovisningarna är en kvalitativ innehållsanalys väl lämpad för vår studie.

En av innehållsanalysens starka sidor är att det är en öppen forskningsmetod som tillåter replikationer och uppföljningsstudier (Bryman & Bell, 2013, s. 316). Tack vare detta anses innehållsanalysen enligt Bryman och Bell (2013) vara en objektiv analysmetod. Vidare pekar Marshall och Rossman (2006, s. 108) på att en annan styrka hos innehållsanalysen som metod är att det är en icke-reaktiv och icke-påträngande metod eftersom studien kan göras utan att störa studiens inramning. Inom ramen för vår studie har vårt empiriska material byggts på innehåll i hållbarhetsredovisningar, vilket innebär att materialinsamling inte har byggts på interaktion med respondenter. På så vis har vi inte riskerat att påverka det insamlade materialet genom vår närvaro. Innehållsanalysens icke-reaktiva och icke-påträngande karaktär innebär att vi inte har behövt beakta några etiska dilemman angående konfidentialitet eller liknande under vår studie.

Det finns dock även nackdelar med innehållsanalys som forskningsmetod. Bryman och Bell (2013) argumenterar för att kvaliteten på en innehållsanalys är fundamentalt kopplad till kvaliteten på det material som studerats. Vi har bedömt autenticiteten, trovärdigheten och representativiteten (Bryman & Bell, 2013, s. 318) i det empiriska materialet och med tanke på att det tydligt anges att det är en hållbarhetsredovisning samt att den hör till ett visst företag bedömer vi att alla kriterier uppfylls för god kvalitet. Allt material som vi samlat in finns dessutom tillgängligt på respektive företags hemsida.

Även om innehållsanalysen beskrivs som en objektiv analysmetod så medför den ändå moment av tolkning från forskarens sida (Marshall & Rossman, 2006, s. 108). Det är därmed svårt att upprätta en kodningsmanual som inte inrymmer ett visst mått av tolkning (Bryman & Bell, 2013, s. 319). Vi har försökt balansera denna nackdel genom att publicera utdrag från vår kodning och vi har således arbetat för att öka replikerbarheten. Dessutom ges läsaren utrymme att själv kontrollera det material som har analyserats genom tydlig källhänvisning till offentligt material.

Slutligen är en vanlig kritik mot innehållsanalysen som forskningsmetod att den är ateoretisk eftersom tyngden ligger på mätning (Bryman & Bell, 2013, s. 320). Eftersom vår innehållsanalys är av kvalitativt slag är vårt fokus dock inte att utföra mätningar. Vår kvalitativa innehållsanalys bidrar istället med att utveckla nuvarande teori genom att utgå ifrån en teoretisk modell och addera underkategorier till modellen genom analys av det empiriska materialet. Att innehållsanalysen är ateoretisk är följaktligen inte en giltig kritik mot vår studie.

För att hållbarhet ska nå en ökad status hävdar Widmark (2014b) att hållbarhetsvärlden och den finansiella världen måste få en inblick i varandras världar. Vi ser att vår abduktiva ansats kan skapa denna brygga genom att knyta de affärsbegrepp och teman som företagen själva använder i sin hållbarhetsredovisning till den teoretiska förståelse som finns för hållbarhet.

Vår förhoppning är att den abduktiva ansatsen har medfört att dessa världar knyts närmare varandra och att företag får ytterligare verktyg och insikter kring resonemang om hållbarhet. Genom valet av en abduktiv ansats för denna studie skapar vi förutsättningar för en utvidgning av den praktiska användbarheten av vår studies resultat, vilket vi tidigare har berört.

Vidare stärker den teoretiska samplingstekniken vår möjlighet att utveckla en grund för både forskningsvärlden och yrkesverksamma enligt ovan resonemang, vilket också är positivt för överförbarheten. På grund av tidsramen för denna studie har vi dock inte haft möjlighet att fullt ut arbeta för att uppnå teoretisk mättnad. Baserat på det teoretiska urvalet har vi i vår analys valt att fokusera på tre företag och det är möjligt att det skulle krävas ett större urval för att nå full teoretisk mättnad. Det relativt smala urval som skapats på grund av tidsramen kan således vara en nackdel för vår studie.

4 Empiri och analys

Det här kapitlet struktureras med hjälp av de teorier och den modell för hållbarhet som presenterats i andra delen av kapitel två. Varje analys inleds med en sammanfattning avseende struktur och teman och förlöper sedan i kategorisering av det empiriska materialet med utgångspunkt i den teoretiska modellen. Vi introducerar en glidande skala mellan WS och SS och vi adderar underkategorier. De kategorier och underkategorier samt den glidande skalan som presenteras är ett resultat av den abduktiva analysprocessen.

4.1 Gina Tricots hållbarhetsredovisning 2013

4.1.1 Övergripande om struktur och teman

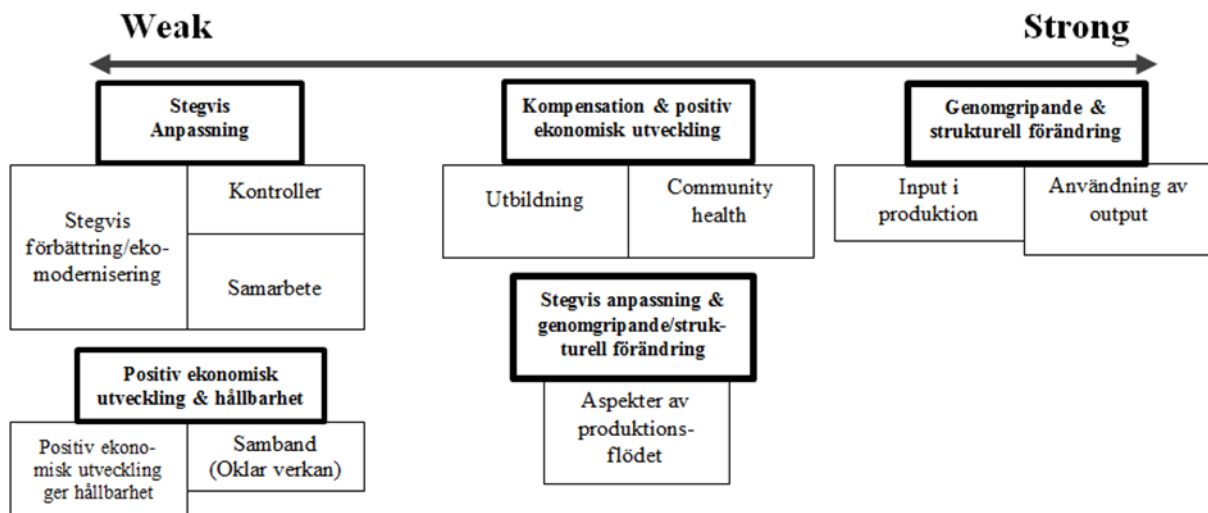
Gina Tricot (hädanefter GT) presenterar sin hållbarhetsredovisning i två huvudsakliga block som vi benämner (*hållbarhets*)vision och (*hållbarhets*)åtgärder. I *vision* varvar GT presentation av grundläggande företagsinformation med kommentarer kring aktuella händelser på hållbarhetsområdet och deras vision om hållbarhet och vad hållbarhet innebär. Här behandlar GT också vikten av transparens och information. De resonemang som GT för kring transparens och information bottnar i förekomsten av komplexa samband inom klädindustrin samt ett medialt intresse för mode och hållbarhet.

I *vision* lyfter GT även fram vad som uppnåtts på hållbarhetsområdet under det senaste året och därefter presenteras konkreta visioner och planer inför framtiden. GT klargör att de ser företagande som en grundläggande förutsättning för hållbar utveckling och lyfter fram att företaget vill nå ökad hållbarhet genom kontinuerlig förbättring av produkterna. Detta beskrivs vara möjligt genom val av hållbara material, produktionsmetoder, transportmedel och att klädesplagg ska ses som en resurs även då kunden, av olika anledningar, inte längre har en användning av plagget.

I *åtgärder* presenterar GT åtgärder för hållbarhet och hur företaget rent praktiskt vill uppnå det som har beskrivits i hållbarhetsvisionen. Inom *åtgärder* lyfter GT fram fokus på förbättrade produkttegenskaper, fokus på koder, mätning och revision utefter leverantörskedjan samt fokus på eko-effektivisering av den dagliga verksamheten. GT anger också att de ämnar arbeta vidare för samarbete inom branschen för att uppnå förbättringar och att de även ska involvera kunderna i frågor om kläd- och miljövård. I förlängningen ska detta enligt företaget leda till mer fokus på styling, men också till information om hur osålda plagg kan bli en resurs för någon annan. Slutligen beskriver GT att företagets nästa steg i hållbarhetsarbetet är att öppna upp möjligheten för företagets kunder att lämna in oönskade plagg i butik med syfte att hitta alternativa användningsområden.

Vår analys visar att GT:s kommunikation och konstruktion av hållbarhetsbegreppet kan förklaras av WS-kategorin för hållbarhet. Den överlägset mest framträdande kategorin är *stegvis anpassning av nuvarande affärsmodell*. Kommunikation kring hållbarhet utifrån SS är sparsam och de textavsnitt som finns är huvudsakligen inriktade på *användning av output*. Vi har i vår analys även introducerat en glidande skala mellan WS och SS eftersom viss kommunikation i GT:s hållbarhetsredovisning kan tolkas olika utifrån de båda kategorierna. Exempel på sådan kommunikation är textavsnitt kring utbildning och community health (ung. samhällsutveckling/samhällsinvestering). Analysen motiverar nya benämningar på ett par av

modellens kategorier. Benämningen *positiv ekonomisk utveckling* blir ett samlingsbegrepp för uttryck kring att lönsamhet, tillväxt och företagande är hållbart. Den teoretiska benämningen substitueras ersätts vidare med termen *kompensation*. Nedan ses en sammanfattande modell för vår analys av GT:s hållbarhetsredovisning. Kategoriernas/underkategoriernas storlek i modellen ger en indikation på kategoriernas frekvens och fördelning, men de ska inte förstås som absoluta återgivningar.



Figur 4.1. Gina Tricot om hållbarhet. (Källa: egen)

4.1.2 Weak sustainability

Inom huvudkategorin WS finns det i huvudsak fyra kategorier, vilket vi tidigare har redogjort för i vår teoretiska referensram (se kapitel två, s. 17). Av dessa har vi identifierat element som kan relateras till två av dem: *stegvis anpassning av nuvarande affärsmodell* och *koppling mellan positiv ekonomisk utveckling och hållbarhet*. Den kategori som är allra mest förekommande är *stegvis anpassning av nuvarande affärsmodell*.

Inom *stegvis anpassning av nuvarande affärsmodell* har vi vidare identifierat tre underkategorier. Dessa benämner vi *stegvis förbättring/eko-modernisering*, *kontroller längs värdekedjan* och *samarbete för bättre villkor längs värdekedjan*. Av dessa tre underkategorier är *stegvis förbättring/eko-modernisering* den mest förekommande. Nyckelord för identifiering av underkategorin *stegvis förbättring/eko-modernisering* är formuleringar såsom ”kontinuerliga förbättringar”, ”öka andelen hållbara plagg”, ”att säkra kontinuitet”, ”integrera” och ”effektivisering”. Vår bedömning är att denna typ av formuleringar indikerar just en stegvis anpassning och att företaget utgår ifrån något som redan existerar och modifierar en rådande affärsmodell snarare än att ifrågasätta modellen:

Vårt mål till 2013 var att öka andelen hållbara material till 10% och resultatet blev 4.2% av våra plagg i hållbara material. (Gina Tricot, Hållbarhetsredovisning 2013, s. 8)

Vidare är vår tolkning att formuleringar såsom ”integrering” och ”kontinuerlig förbättring” indikerar att hållbarhet är underordnat någonting annat, i det här fallet den rådande

affärsstrukturen, och att företaget med utgångspunkt i affärsstrukturen ska integrera hållbarhetsaspekter och inte tvärtom:

En pragmatisk hållning har för Gina Tricot varit att blicka framåt genom att betona både CSR-arbetet gentemot leverantörer och omvärld – och arbetet med kontinuerliga förbättringar av produkterna, från ett hållbarhets- och kvalitetsperspektiv. (Gina Tricot, Hållbarhetsredovisning 2013, s. 5)

Gina Tricots hållbarhetsarbete utgår dels från fastlagda planer, vilka beslutas av styrelsen, dels från ett integrerat arbete i den dagliga verksamheten. (Gina Tricot, Hållbarhetsredovisning 2013, s. 6)

Det finns även textavsnitt i GT:s hållbarhetsredovisning som kan relateras till *stegvis förbättring/eko-modernisering* men som har ett starkare fokus på *kontroller längs värdekedjan*. Därmed bildar textavsnitt med fokus på kontroller en egen underkategori. GT framhåller att modebranschens största utmaning är att leverantörskedjorna är svåra att överblicka. Lösningen på detta problem är enligt GT:s kommunikation att införa ökade kontroller längs värdekedjan med utgångspunkt i uppförandekoden:

Vi har även utökat tredjepartskontrollerna i våra produktionsländer, vilket ger oss tidigare feedback i produktionsprocessen. (Gina Tricot, Hållbarhetsredovisning 2013, s. 10)

Vi på Gina Tricot äger inga egna fabriker men jobbar nära de som kontrakteras för att producera varor för oss. /.../ Som grund för alla våra leverantörsrelationer ligger vår uppförandekod. (Gina Tricot, Hållbarhetsredovisning 2013, s. 13)

Samarbete för bättre villkor längs värdekedjan är representerad i GT:s hållbarhetsredovisning i form av beskrivningar av samarbeten för att uppnå förbättrade sociala villkor, input av material och säkerhet. GT uttrycker att de vill vara med och verka för en positiv samhällsutveckling, men företaget ser sig som en alltför liten aktör för att kunna påverka i stor skala. De beskriver mot bakgrund av detta att samarbeten, med ett specifikt fokus på medlemskap, är bästa sättet för att uppnå hållbara villkor:

Vi är därför, sedan 2008, medlemmar i Business Social Compliance Initiative, BSCI. Denna organisation är ett initiativ med syfte att förbättra arbetsvillkoren i globala leverantörskedjor. (Gina Tricot, Hållbarhetsredovisning 2013, s. 16)

Det finns också textavsnitt med koppling till WS andra kategori: *koppling mellan positiv ekonomisk utveckling och hållbarhet*. GT framför att det finns samband och kopplingar mellan företagande och hållbarhet på ett allmänt plan. De ger dock även uttryck för att företagande ger förutsättningar för social hållbarhet:

Gina Tricot gör en klar koppling mellan företagets långsiktiga lönsamhet och utvecklingen på hållbarhetsområdet. (Gina Tricot, Hållbarhetsredovisning, s. 5)

De senaste 30 årens utveckling i Bangladesh visar att produktion av textilier och kläder är ett effektivt sätt att utvecklas från fattigdom till välstånd. (Gina Tricot, Hållbarhetsredovisning 2013, s. 18)

I det första textavsnittet ovan framgår det att GT etablerar ett samband mellan företagets långsiktiga lönsamhet och hållbar utveckling, men det klargörs inte vilken typ av orsaksverkan som avses. I det efterföljande avsnittet blir det dock tydligt att GT understryker att företagande är ett medel för att nå välstånd och därmed en hållbar social utveckling. GT:s inställning framträder således som tvåspårig.

4.1.3 Strong sustainability

Textavsnitt som kan härledas till SS är långt ifrån lika förekommande som de som kan kopplas till WS. Av de fyra kategorierna som ryms inom huvudkategorin SS (se kapitel två, s. 17) är det enbart en kategori som kan kopplas till beskrivningar som GT gör: *genomgripande och strukturell förändring*. För identifiering av textavsnitt med koppling till *genomgripande och strukturell förändring* har vi fokuserat på utdrag där GT ger uttryck för förändring i den meningen att de har slutat med något eller en förändring kopplad till en annan tankestruktur kring hur produktionen bör se ut. Vi har funnit en tendens hos GT som pekar på ett förändrat fokus kring vad vi benämner *input i produktion* och *användning av output*. Den kommunikation som GT för om förändring kring *input i produktion* är dock sparsam och omfattar enbart materialanvändning:

Vi fattade beslut om att inte bara upphöra med användning av angora, utan även dun, fjäder och läder. Sedermera fattade vi även beslut att upphöra med användning av merinoull. (Gina Tricot, Hållbarhetsredovisning 2013, s. 5)

Avslutningsvis är beskrivningar i GT:s hållbarhetsredovisning med koppling till förändring i *användning av output* representerade i större utsträckning än förändring av *input i produktion*. Förändring kring *användning av output* uttrycks i form av textavsnitt som visar på ett ökat cirkulärt fokus och därmed ett avsteg från vad Ellen MacArthur Foundation (2013) refererar till som det sedvanliga linjära produktionstänket. Det ökade cirkulära tänket finns representerat i GT:s hållbarhetsredovisning genom beskrivningar av ökat återvinningsperspektiv, ökat fokus på tjänster kopplade till kläder och förändrat synsätt kring hur önskade plagg kan bli en resurs. Detta återges i följande citat:

Förutom valen av material behöver vi också se över vår design så att den anpassas på ett sådant sätt att omhändertagande av uttjänta plagg underlättas ur ett återvinningsperspektiv. (Gina Tricot, Hållbarhetsredovisning 2013, s. 8)

Framtida teman vi vill ta upp är hur man enklare kan styra olika ensembles för att få mesta utnyttjande av sina köpta plagg – och hur man själv kan sy om gamla plagg och på så vis förnya dem. (Gina Tricot, Hållbarhetsredovisning 2013, s. 23)

Plaggen skickas till Holland där de sorteras i tillräckligt antal fraktioner för att kunna återvinnas till stoppnings- eller isoleringsmaterial /.../. (Gina Tricot, Hållbarhetsredovisning 2013, s. 24)

4.1.4 En glidande skala mellan weak sustainability och strong sustainability

Utöver de textavsnitt som tydligt kan sorteras in under WS och SS finns det även beskrivningar som befinner sig på en glidande skala mellan de båda huvudkategorierna. Dessa återges genom en fusion av kategorierna *stegvis anpassning av nuvarande affärsmodell* och *genomgripande och strukturell förändring* samt *kompensation* och *positiv ekonomisk utveckling*. Beskrivningar som kan sorteras under *stegvis anpassning av nuvarande affärsmodell* och *genomgripande och strukturell förändring* är mest förekommande på den glidande skalan. Det är i huvudsak *aspekter av produktionsflödet* som hamnar på den glidande skalan:

/.../ har vi därför som vision för 2028 att enbart sälja produkter:

- [1] i material som är hållbara
- [2] som är producerade på ett hållbart sätt
- [3] som transporteras med hållbara metoder
- [4] som kan bli en resurs när kunden ej längre önskar behålla dem (Gina Tricot, Hållbarhetsredovisning 2013, s. 5)

Baserat på detta utdrag har vi tolkat de tre första punkterna som WS eftersom det framgår implicit att GT ämnar behålla en modell men anpassa den till mer hållbara val. Den fjärde punkten har vi däremot kopplat till SS eftersom den ger uttryck för ett fokus på förändrat systemtänk där användningsområden för material kan utvidgas. Ett annat citat från GT:s hållbarhetsredovisning som hör till *aspekter av produktionsflöde* talar om utvärderingsgrunder:

Fördelarna med The Good Index är att alla inblandade i produktutvecklingen kan se en hållbarhetskonskvens i realtid, samt att vi kan gå tillbaka och följa utvecklingen för varje produkt, produktgrupp eller segment. (Gina Tricot, Hållbarhetsredovisning 2013, s. 9)

Vi ser två möjliga tolkningar för detta textavsnitt och därmed möjligheter att härleda det till både WS och SS. Å ena sidan är vår bedömning att det är en anpassning eftersom det rör sig om att addera denna möjlighet till den befintliga verksamheten. Å andra sidan adderas ett nytt perspektiv på produktionen och de olika processerna i och med detta index och det gör att det inte enbart är det finansiella som granskas utan även hållbarhetsfaktorer. I det långa loppet finns det möjlighet att detta leder till en strukturell förändring med nya utvärderingsgrunder.

Utdrag från GT:s hållbarhetsredovisning som vi identifierat under *kompensation* och *positiv ekonomisk utveckling* kan summeras i textavsnitt kring utbildning och olika projekt som syftar till förbättrade levnadsvillkor:

Gina Academy är det samlade namnet på företagets personalutbildningar – där en del är månadsvisa seminarier kring hållbarhet. (Gina Tricot, Hållbarhetsredovisning 2013, s. 6)

Vi påbörjade vårt samarbete med UNICEF 2011. Under de kommande åren, till 2017, satsar vi 20 miljoner kronor i ett gemensamt projekt med syfte att möjliggöra skolgång för mer än 22000 barn i Bangladesh. (Gina Tricot, Hållbarhetsredovisning 2013, s. 25)

Utbildning och investeringar i community health kan tolkas olika utifrån WS och SS. Enligt WS kan utbildningsinsatser identifieras som investeringar i humankapital och på så vis vara en kompensation för förbrukat naturkapital. SS förkastar uppfattningen om kompenserbarhet, men har däremot en falang som hävdar att tillväxt genom utbildning och community health kan vara hållbart.

4.2 Nilson Groups hållbarhetsredovisning 2013

4.2.1 Övergripande om struktur och teman

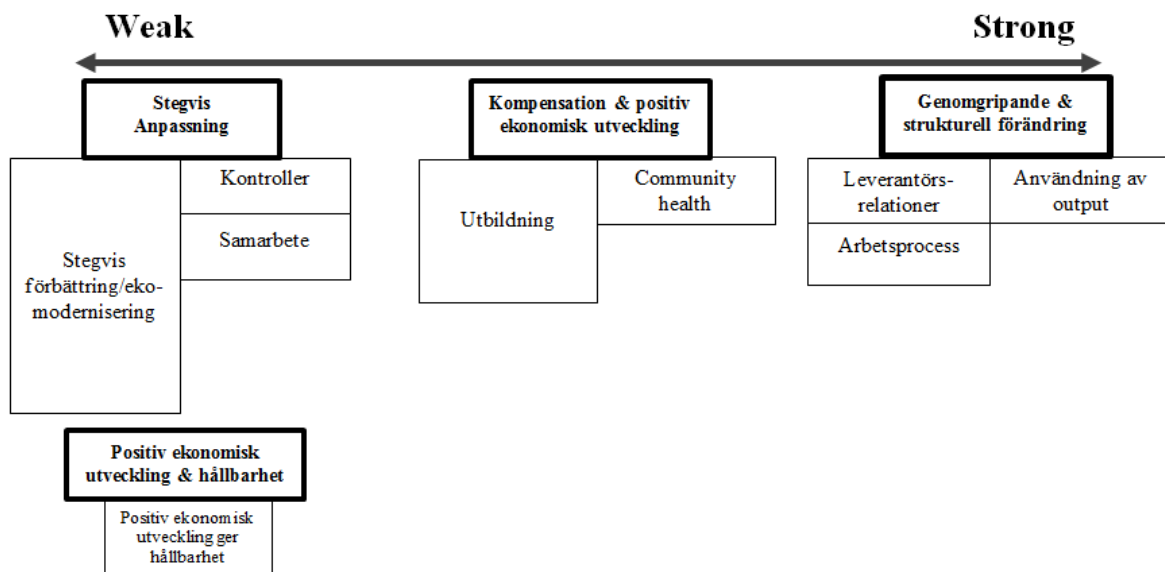
I Nilson Groups (hädanefter NG) hållbarhetsredovisning varvas hållbarhetsfrågor med information av allmän affärskaraktär och vi benämner delarna *allmän fakta med hållbarhetsinslag* och *(hållbarhets)åtgärder*. I *allmän fakta med hållbarhetsinslag* beskrivs rapportens innehåll, företagets struktur och spridningsområde samt NG:s affärsidé och vision. Här diskuterar VD:n även verksamheten från ett hållbarhetsperspektiv, vilket utgör den sektion där hållbarhetsfrågan är tydligt framträdande. I NG:s presentation av sina intressenter framställs hållbarhetsarbete som något integrerat och som bygger på samarbeten.

I *åtgärder* är den tydliga utgångspunkten NG:s värdekedja i diskussionen kring hur de vill verka för hållbarhet. Värdekedjan beskrivs av NG som kärnan i företagets verksamhet och aspekter kring hållbarhet ska integreras i det dagliga arbetet längs denna kedja. NG lyfter fram sex centrala områden längs värdekedjan där företaget bedömer att de kan genomföra åtgärder för att förbättra hållbarheten: produktutveckling, produktion, logistik, försäljning, användning och medlemskap/samarbeten.

När det gäller produktutveckling och produktion påtalar NG vikten av materialval, val av leverantörer och produktutformning. NG lägger stor vikt på att framhäva användningen av ett materialbibliotek, där en övergripande struktur kring materialanvändning skapas. NG fokuserar också på långsiktiga relationer med leverantörerna där utbildning och coachning beskrivs som en stor del av hållbarhetsstrategin gentemot leverantörerna. Utifrån NG:s kommunikation finns det också ett fokus på krav, rutiner, koder, kontroller, restriktioner samt revisioner och riskbedömningar.

Logistikdelen beskrivs i större utsträckning handla om val. Framförallt är det val av transportsätt och innovativa förpackningslösningar för ökad fyllnadsgrad som lyfts fram som viktiga. Dessa aspekter kopplar NG vidare till ökad hållbarhet inom försäljningsområdet i form av resurseffektivitet genom e-handelslösningar och de framhåller även en rad åtgärder som faller under eko-modernisering, såsom energisnål och automatiserad belysning och digitala kanaler för minskad pappersåtgång. NG ger dock även tips på hur kunden kan förlänga livslängden på de skor som de köper och påtalar att kunden på så vis kan ta ett hållbarhetsansvar. Slutligen listar NG externa engagemang och medlemskap i olika organisationer och framhåller dem som viktiga för att nå hållbar utveckling.

Vår analys visar att NG:s kommunikation och konstruktion av hållbarhetsbegreppet har en tydlig övervikt mot WS, vilket kan hänföras till företagets betoning av stegvis förbättring/ekomodernisering inom kategorin *stegvis anpassning av nuvarande affärsmodell*. Kommunikation som har identifierats som SS eller som representanter av kategorin på den glidande skalan mellan WS och SS är mycket begränsad i jämförelse med WS. De få textavsnitt som har relaterats till den glidande skalan är inriktade på beskrivning av investeringar i utbildning. Även i denna analys används samlingsbegreppet *positiv ekonomisk utveckling* för uttryck om att lönsamhet, företagande och tillväxt är hållbart. Substituering har likaledes ersatts med termen *kompensation*. Nedan ses en sammanfattande modell för vår analys av NG:s hållbarhetsredovisning. Kategoriernas/underkategoriernas storlek i modellen ger en indikation på kategoriernas frekvens och fördelning, men de ska inte förstås som absoluta återgivelser.



Figur 4.2. Nilson Group om hållbarhet. (Källa: egen)

4.2.2 Weak sustainability

Vi har identifierat två av fyra WS-kategorier i det material som NG presenterar. Dessa är *stegvis anpassning av nuvarande affärsmodell* och *koppling mellan positiv ekonomisk utveckling och hållbarhet*, varav den förstnämnda kategorin är mest representerad. De underkategorier som vi identifierade i analysen av GT (i.e. *stegvis förbättring/eko-modernisering*, *kontroller längs värdekedjan* och *samarbete för bättre villkor längs värdekedjan*) är applicerbara även på NG. Inga ytterligare underkategorier har adderats. *Stegvis förbättring/eko-modernisering* är den tydligt mest förekommande i NG:s hållbarhetsredovisning.

I NG:s hållbarhetsredovisning återfinns många exempel på formuleringar kring att ”integrera hållbarhet”, ”successiva utvecklingssteg”, ”anpassning i takt med att utveckling sker” samt ”effektivisering” och ”ökad packningsgrad”, vilket pekar på en eko-modernisering. Vi ser även ett tydligt mönster i hur NG relaterar hållbarhet till den egna verksamheten. NG talar å ena sidan i allmänna termer kring hållbarhet, medan de å andra sidan riktar in sig på att förklara hur specifika delar i kedjan ska nå ökad hållbarhet:

Hållbarhet integreras i vårt dagliga arbete, genom hela värdekedjan, då vi i varje del har en påverkan på vår omvärld. Värdekedjan är kedjan i vår verksamhet och behandlar alla moment en sko behöver genomgå (...). (Nilson Group, Hållbarhetsrapport 2013, s. 10)

Vi arbetar löpande med att minska utsläppen kring våra transporter exempelvis genom val av transportsätt och ökad packningsgrad i både kartonger och containers. (Nilson Group, Hållbarhetsrapport 2013, s. 20)

Vår bedömning är att dessa utdrag indikerar att hållbarhet är underordnad affärsmodellen eftersom företaget diskuterar hållbarhet utifrån justeringar i affärsmodellen. Det finns vidare utdrag som betonar vikten av anpassning utefter uppförandekoder, krav på leverantörer, revisioner, inspektioner och restriktionslistor bland annat, vilket faller under *kontroller längs värdekedjan*. Av NG:s framställning av produktionsdelen att döma är hållbarhetsarbetet kring produktion väldigt inriktat mot efterlevnad av regler, koder och olika procedurer. I de fall då NG upptäcker bristande efterlevnad hos leverantören beskrivs förbestämda planer vara lösningen för att komma till bukt med problemen:

Minimikraven är grundläggande krav på arbetsförhållanden i fabrik och betraktas som hörnstenar i den mer omfattande uppförandekoden. (...) Om vi under en revision upptäcker att en existerande fabrik avviker från dessa krav sätts en förbestämd åtgärdsplan in. (Nilson Group, Hållbarhetsrapport 2013, s. 15)

Det finns även textavsnitt som betonar samarbeten och därmed kan kopplas till underkategorin *samarbete för bättre villkor längs värdekedjan*. NG lyfter bland annat fram att de sedan 2012 är medlemmar i Clean Shipping och att de tillsammans med andra ledande branschföretag stöttar projektet Swedish Textile Water Initiative. De formuleringar som NG använder då de beskriver dessa samarbeten leder till tolkningen att samarbetena syftar till att skapa stegvis anpassning samt att göra förbättringar längs produktionskedjan:

Nilson Group följer fortsatt olika miljöinitiativ som görs inom sjöfarten och vi anpassar oss i takt med att utvecklingen inom området sker. (Nilson Group, Hållbarhetsrapport 2013, s. 20)

Initiativet arbetar med att ta fram riktlinjer för att minska vattenåtgången i de olika produktionsleden för våra produkter. (Nilson Group, Hållbarhetsrapport 2013, s. 28)

Därutöver för NG resonemang om att det finns en koppling mellan hållbarhet och lönsamhet, vilket gör att textavsnitt som uttrycker detta identifierats som *koppling mellan positiv ekonomisk utveckling och hållbarhet*:

Att fortsätta utveckla företaget i en hållbar riktning, genom goda investeringar som genererar god lönsamhet är en förutsättning för att driva företaget framåt. (Nilson Group, Hållbarhetsrapport 2013, s. 8)

På ett allmänt plan är formuleringar kring koppling mellan hållbarhet och lönsamhet representerade i liten skala i NG:s hållbarhetsredovisning. Där sådana formuleringar

presenteras, liksom utdraget ovan, blir det emellertid tydligt att NG ger uttryck för uppfattningen att god lönsamhet driver hållbar utveckling.

4.2.3 Strong sustainability

Av de fyra SS-kategorierna har vi enbart identifierat en kategori i NG:s hållbarhetsredovisning: *genomgripande och strukturell förändring*. Det är viktigt att understryka att utdrag som täcks av SS inte alls är lika representerade som de som täcks av WS. Vi har vidare sett att underkategorin *användning av output* är applicerbar, men vi har även adderat ytterligare underkategorier till modellen utifrån NG:s hållbarhetsredovisning. De underkategorier som vi har identifierat är *relation till leverantörer*, *användning av output* och *förändring i arbetsprocessen*.

NG ger uttryck för att företaget har gjort en resa vad gäller värdering av leverantörer och vilken relation de strävar efter att ha med sina leverantörer. Att NG resonerar i dessa termer pekar på att det har skett en omvärdering i sättet att se på leverantören och vad som ska ligga till grund för val av leverantörer. Utifrån kommunikationen blir det tydligt att Nilson Group nu värderar relationer högre än pris vid affärer med leverantörer. Vi gör bedömningen att förändring i värdering av leverantören är en strukturell förändring i den meningen att utgångspunkterna för värdering beskrivs ha förändrats:

Vi på Nilson Group har gjort en medveten resa från att tidigare se våra leverantörer som en 'motpart' med stort fokus på att pressa priser och ledtider till att idag se våra leverantörer som en viktig samarbetspartner som vi vill arbeta med under lång tid. (Nilson Group, Hållbarhetsrapport 2013, s. 12)

Det finns vidare textavsnitt som vi har kategoriserat under *användning av output* och *förändring i arbetsprocessen*. Utdrag som har kopplats till *användning av output* bottnar i uttryck för ett begynnande cirkelfokus, i form av att NG återger tips för att förlänga livslängden på kundens skor. Vi betraktar detta som en strukturell förändring eftersom det leder till ett fokus på att bevara istället för att premiera en slit-och-släng mentalitet. Slutligen har NG enligt egen utsägo genomfört förändringar i arbetsprocessen och den ändrade strukturen har medfört bevarande av resurser:

Även som kund kan man påverka vårt hållbarhetsarbete. Att använda och ta hand om skorna på ett bra sätt förlänger livslängden. (Nilson Group, Hållbarhetsrapport 2013, s. 24)

Under året förändrades arbetssättet på ekonomiavdelningen på huvudkontoret vilket medförde en besparing på 24500 utskrivna sidor/år. (Nilson Group, Hållbarhetsrapport 2013, s. 26)

4.2.4 En glidande skala mellan weak sustainability och strong sustainability

Vi har identifierat resonemang hos NG som kan kopplas till både WS (i form av kompensation) och SS (i form av utbildning som bas för tillväxt). Därmed finns det textavsnitt som täcks av kategorin *kompensation och positiv ekonomisk utveckling*, som återfinns på en

glidande skala mellan WS och SS. I huvudsak är det utdrag som berör investeringar i utbildning och community health som har kategoriserats under denna kategori. Den mest förekommande av de två är textavsnitt gällande NG:s satsning på utbildning och kompetensutveckling. NG inkluderar både leverantörerna och de egna medarbetarna i denna typ av investeringar:

Att utvecklas tillsammans genom coaching och kompetensutveckling är viktigt för att nå hållbara förbättringar och är en förutsättning för ett hållbart och ansvarsfullt företagande – både för oss som köpare och för våra leverantörer. (Nilson Group, Hållbarhetsrapport 2013, s. 12)

Genom att sätta tydliga mål och fokusera på individuell utveckling vill vi ge alla medarbetare möjlighet att utvecklas i sin yrkesroll. Våra medarbetare är nyckeln till framgång och en hållbar utveckling. (Nilson Group, Hållbarhetsrapport 2013, s. 25)

NG avslutar genom att lista medlemskap, samarbeten och samhällsengagemang som företaget är involverat i. Bland samhällsengagemang finns samarbetet med SOS Barnbyar sedan 2008 presenterat. NG engagerar sig som faddrar för att hjälpa föräldralösa barn och bidrog även finansiellt. Vi tolkar denna framställning som både en kompensation och en handling som kan ge tillväxt genom investeringar i community health och därmed täcks NG:s framställning av det sociala engagemanget av denna kategori.

4.3 H&M:s hållbarhetsredovisning 2013

4.3.1 Övergripande om struktur och teman

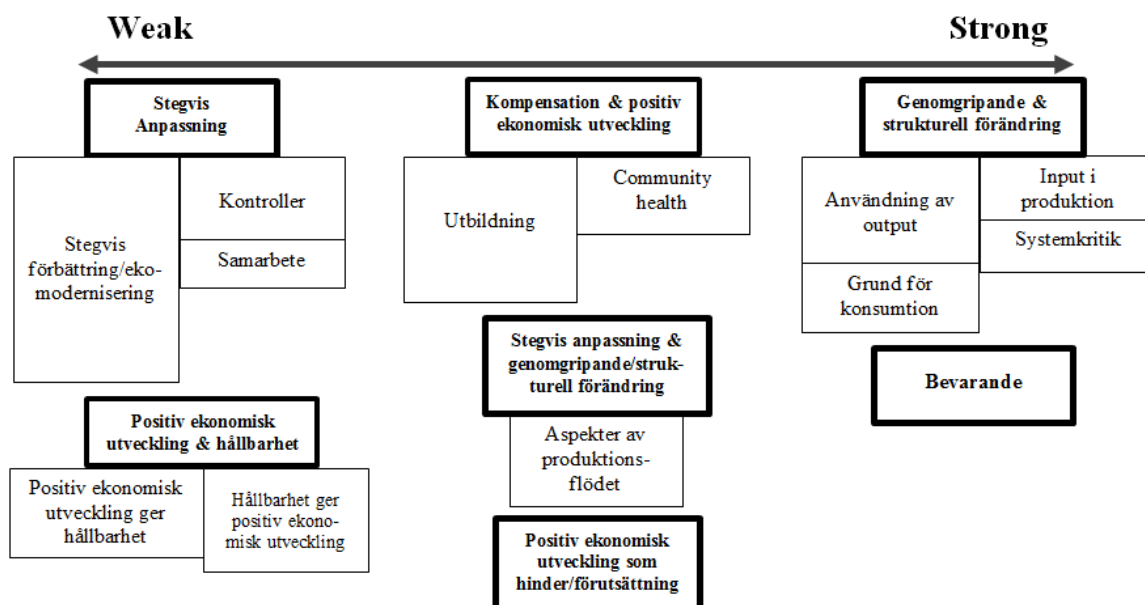
H&M:s hållbarhetsredovisning är strukturerad i två fokusområden som vi benämner *sammanfattning av åtgärder, framtid och påverkan* samt *H&M:s sju (hållbarhets)åtaganden*. *Sammanfattning av åtgärder, framtid och påverkan* inleds med en intervju med VD:n där han lyfter fram H&M Conscious Action och H&M:s roll i att skapa en mer hållbar framtid gällande mode. En liten del av intervjun med H&M:s VD fokuserar på att sammanfatta vad som gjordes under år 2013, men lejonparten av intervjun fokuserar på att diskutera vad som krävs av H&M och av modeindustrin i framtiden för att skapa hållbarhet. H&M lyfter fram att fortsatt tillväxt inom ramen för nuvarande modell kan vara problematisk och det krävs samarbete inom industrin för att få till stånd ett cirkulärt fokus och alternativa utvärderingsmetoder för kunderna. I intervjun framgår det att H&M vill verka för att skapa en ”closed loop” i modeindustrin istället för det traditionella ”produce, use, dispose” och H&M vill vidare göra det möjligt för kunderna att värdera sina inköp utefter hållbarhetspåverkan per plagg och inte enbart utefter pris och design.

I *sammanfattning av åtgärder, framtid och påverkan* beskriver H&M även de sju åtagandena i korthet och summerar samtidigt vilka utmaningar som finns längs värdekedjan. Här inkluderas också information om klimatpåverkan och vattenpåverkan för varje steg samt vilken grad av påverkan som H&M har på respektive område. Vidare presenterar H&M i *sammanfattning av åtgärder, framtid och påverkan* hur organisationen ser ut med specifikt fokus på hållbarhetsarbetet. H&M framhåller att samarbeten är den bästa vägen för att nå systematisk förändring.

I *H&M:s sju åtaganden* riktar H&M ett detaljerat fokus på de sju åtaganden som präglar hållbarhetsarbetet genom att först beskriva vilka åtaganden de har satt upp som riktmärken: att förse medvetna kunder med mode, att välja och belöna ansvarsfulla partners, att vara etiska, att vara klimatsmarta, att reducera/återanvända/återvinna, att använda naturresurser ansvarsfullt och att stärka samhällen. Här presenteras åtgärder för att uppnå varje åtagande och presentationen av dem präglas av en initial beskrivning av vilket ”uppdrag” som ska uppfyllas på varje område, vilken strategi som lagts upp och vilka konkreta åtgärder som genomförts.

H&M återger också i *H&M:s sju åtaganden* en tidsfrist för varje hållbarhetsmål och de presenterar hur långt de har kommit i processen genom att ange statusen ”more to do”, ”on track” eller ”done”. Den största delen av beskrivningarna utgår ifrån värdekedjan i form av exempelvis hållbara materialval, styrning av materialflödet och utsläpp från verksamheten. H&M har dock även åtaganden där de diskuterar mode på ett mer allmänt plan med fokus på hur vi bör använda mode och möjligheter till förändringar av hur mode produceras.

Vår analys visar att H&M:s kommunikation och konstruktion av hållbarhetsbegreppet har en tydlig koppling till WS i form av kategorin *stegvis anpassning av nuvarande affärsmodell*. Textavsnitt som kan härledas till den glidande skalan mellan WS och SS är också förhållandevis många och det är investeringar i utbildning som är mest förekommande. Utdrag med koppling till SS är minst representerade. Tendensen i H&M:s hållbarhetsredovisning är dock att många kategorier från den teoretiska modellen kan identifieras och spridningen av textutdragen är relativt jämn. De förändringar av kategori-benämningar som har använts i de övriga analyserna appliceras även här och inga ytterligare förändringar har tillkommit. Nedan ses en sammanfattande modell för vår analys av H&M:s hållbarhetsredovisning. Kategoriernas/underkategoriernas storlek i modellen ger en indikation på kategoriernas frekvens och fördelning, men de ska inte förstås som absoluta återgivelse.



Figur 4.3. *H&M om hållbarhet*. (Källa: egen)

4.3.2 Weak sustainability

I H&M:s hållbarhetsredovisning har vi identifierat två av fyra WS-kategorier: *stegvis anpassning av nuvarande affärsmodell* och *koppling mellan positiv ekonomisk utveckling och hållbarhet*. Den förstnämnda kategorin är allra mest förekommande, men det finns även en del utdrag med koppling till den andra kategorin. Vår analys visar att befintliga underkategorier till *stegvis anpassning av nuvarande affärsmodell* är tillämpliga även på materialet i H&M:s hållbarhetsredovisning. Vi har således inte adderat någon ytterligare underkategori utan vi har applicerat *stegvis förbättring/eko-modernisering*, *kontroller längs värdekedjan* och *samarbete för bättre villkor längs kedjan*.

Det är tydligt att det finns en underkategori till *stegvis anpassning av nuvarande affärsmodell* som är mer representerad än de övriga. Denna underkategori är *stegvis förbättring/eko-modernisering* och den täcker i huvudsak formuleringar såsom ”along our entire value chain”, ”piece by piece”, ”gradually” och ”improve it further every day”. En stor del av de citat som vi har identifierat inom denna underkategori bottnar i en utgångspunkt från den rådande strukturen med värdekedjan som kärna och H&M resonerar kring hur denna kan anpassas genom förbättrande åtgärder:

We keep working hard to make all of our products more sustainable, piece by piece, all the way from the cotton farm up. (H&M, Sustainability report 2013, s. 12)

We have experienced great improvements and over the years, we have developed advanced systems for managing our supply chain and supporting its sustainability performance. And we work to improve it further every day. (H&M, Sustainability report 2013, s. 24)

I H&M:s hållbarhetsredovisning finns det även textavsnitt som kan länkas till både *stegvis förbättring/eko-modernisering* och *kontroller längs värdekedjan*. I dessa avsnitt betonar H&M å ena sidan att koderna anpassas och uppdateras, vilket indikerar stegvis förbättring/eko-modernisering. Å andra sidan framgår det att H&M använder koderna som kontroller längs leverantörskedjan och att företaget därmed ser dem som ett verktyg för att nå hållbarhet i leverantörskedjan. Av H&M:s presentation att döma är målet att arbeta med kontinuerlig förbättring av rutinerna för att se till att leverantörerna efterlever de krav som ställs. Det finns även utdrag med renodlad koppling till *kontroller längs värdekedjan* som ger uttryck för att efterlevnad ska nås:

For 2013, we identified a global compliance level of 100%. Our goal is to maintain this level while we constantly improve our audit routines to detect any non-compliance. (H&M, Sustainability report 2013, s. 46)

They work directly with our suppliers to support them in complying with our Code of Conduct and help to make our supply chain more sustainable. (H&M, Sustainability report 2013, s. 10)

Enligt vår bedömning finns det vidare endast ett fåtal textavsnitt som täcks av underkategorin *samarbete för bättre villkor längs värdekedjan*. Anledningen till detta är att H&M enligt vår tolkning gör skillnad på medlemskap och aktiva samarbeten. Många av de samarbeten som H&M lyfter fram knyter an till en framställning av att företaget *aktivt investerar* i utbildning

och community health inom ramen befintliga samarbeten. Själva *medlemskapet* görs därmed inte till en central fråga. H&M:s sätt att kommunicera kring samarbeten medför därmed att vi har kategoriserat dessa utdrag i den glidande skalan mellan WS och SS. Detta återges närmare längre fram. Det finns dock ett par textavsnitt kring förbättrade villkor längs kedjan genom samarbete där medlemskap understryks, vilket illustreras genom exempelvis nedan utdrag:

But we are also part of many global and local platform and initiatives – for example Better Work, the UN Global Compact, the Better Cotton Initiative and the Sustainable Apparel Coalition. (H&M, Sustainability report 2013, s. 4)

Vad gäller kategorin *koppling mellan positiv ekonomisk utveckling och hållbarhet* ger H&M uttryck för en orsaksverkan åt båda hållen. Det finns resonemang som visar på att H&M etablerar en tanke om att företagande i grunden leder till hållbarhet. Det finns emellertid även resonemang som framhåller det motsatta och där H&M anför att hållbarhetsfokus leder till lönsamhet och tillväxt:

In a globalized world, it is not a question for a company like ours whether to be present in emerging markets. It's a matter of how we do it. We want to make sure that our presence results in better livelihood for garment workers and positive development for their communities. (H&M, Sustainability report 2013, s. 21)

This is why we want to set a good example and play our part in reducing greenhouse gas emissions wherever possible. In turn, this can also help us save money. (H&M, Sustainability report 2013, s. 54)

I det översta textavsnittet ovan blir det tydligt att H&M gör en koppling mellan företagets verksamhet i dessa länder och en social hållbarhet, medan det andra avsnittet uttrycker att hållbarhetsåtgärder blir lönsamma i form av att företaget får minskade kostnader. Det finns avslutningsvis exempel där H&M ställer ekonomisk, social och miljömässig hållbarhet på en till synes likställd nivå. Alla beskrivs som lika viktiga men implicit verkar målet ändå vara tillväxt i och med den avslutande formuleringen ”for our future growth”:

Everything we do needs to be economically, socially and environmentally sustainable. All highly interconnected. All equally important for our future growth. (H&M, Sustainability report 2013, s. 5)

4.3.3 Strong sustainability

Av SS-kategorierna har vi identifierat två stycken i H&M:s hållbarhetsredovisning: *genomgripande och strukturell förändring* samt *bevarande*. En klar majoritet av materialet har vi kategoriserat under den förstnämnda och enbart ett avsnitt har kopplats till den andra kategorin. Vidare har vi till kategorin *genomgripande och strukturell förändring* identifierat fyra stycken underkategorier, varav en del är nya och en del återfinns även i tidigare analyser. Dessa benämner vi *användning av output*, *systemkritik/-reflektion*, *förändrade konsumtionsgrunder* och *input i produktion*. Den vanligaste underkategorin av dessa fyra är kommunikation kring förändring vad gäller *användning av output*.

Tankegångar som representerar övergång till ett cirkulärt ekonomiskt tankesätt istället för ett linjärt har vi identifierat som *användning av output*. H&M lyfter fram sitt engagemang i den globala plattformen The Circular Economy 100 som ett steg i denna riktning. I denna plattform ryms medlemmar som beskrivs vara ledande företag, framträdande innovatörer och en rad andra aktörer som alla vill accelerera utvecklingen mot en cirkulär ekonomi. Enligt vår bedömning är H&M:s syfte att medverka till förändring av det nuvarande systemet från ett linjärt system till ett cirkulärt och därmed kopplas det till en strukturell förändring:

The Circular Economy 100 is a global platform initiated by the Ellen McArthur Foundation that brings together leading companies, emerging innovators and many more to accelerate the transition to a circular economy. (H&M, Sustainability report 2013, s. 62)

Vidare kommunicerar H&M även ett ökat cirkulärt fokus i relation till den egna verksamheten och inte enbart i termer av engagemang såsom nämnts ovan. Det framgår att H&M vill satsa på att ta tillvara på output på ett helt annat sätt än tidigare. H&M vill ta tillvara på textilier som kunderna inte längre vill ha och använda dessa för att skapa nya kreationer. Därmed siktar H&M på att förändra *användning av output* i syfte att skapa hållbarhet i modeindustrin. Detta är inte enbart en vision för framtiden utan också något som H&M redan har påbörjat:

In early 2014, we launched the first products made with recycled fibres from such collected clothes. (H&M, Sustainability report 2013, s. 3)

We have set the goal to close the loop for textile fibres and turn unwanted clothes into new creations. In the short term, this will help keep fashion from ending up in landfills. In the long run, this can change the way fashion is made and massively reduce the need for extracting virgin resources from our planet. (H&M, Sustainability report 2013, s. 61)

Förändringar kring *input i produktion* som H&M ger uttryck för är framförallt fokuserad kring förbud av vissa material. H&M beskriver att de har tagit beslut om att upphöra med användningen av vissa material i sin produktion då de ansåg det vara svårt att garantera att dessa utvinns på ett försvarbart sätt. Det faktum att H&M helt har upphört med användning av dessa material har vi kopplat till en strukturell förändring, eftersom det rör sig om att *ta bort* något från den existerande modellen och inte heller *ersätta* dem:

While we could verify that the angora farm in question did not supply any H&M suppliers, we decided to permanently ban the use of angora, as responsible angora farming proved difficult to guarantee. (H&M, Sustainability report 2013, s. 17)

I H&M:s hållbarhetsredovisning finns vidare indikationer på strukturella förändringar med inriktning mot *konsumtionsgrunder*. I synnerhet handlar det om att H&M vill ge sina kunder möjligheten att fatta inköpsbeslut baserat på andra aspekter än enbart pris och design och istället ge dem mer information kring plaggets hållbarhetspåverkan. Vi har kategoriserat detta resonemang som strukturell förändring eftersom vår bedömning är att kunderna kan bli mer medvetna om hållbarhetsaspekter vid inköpsprocessen genom denna möjlighet och att det kan leda till förändringar i hur kunderna värderar sina inköp:

We are working /.../ to build a common approach for measuring the sustainability performance of apparel and footwear products through what is known as the Higgs Index. /---/ Ultimately, taking this a step further, the idea is to translate this index into a product labelling system, allowing customers to benchmark products across brands. (H&M, Sustainability report 2013, s. 20)

Det finns delar i H&M:s hållbarhetsredovisning där de lyfter fram att de vill uppnå systematisk förändring, vilket vi identifierat som *systemkritik/reflektion*. Dessa partier talar dock om systematisk förändring i väldigt allmänna termer då det inte anges exakt hur H&M vill uppnå denna systematiska förändring. Det står emellertid klart att H&M ser samarbeten som nödvändiga för att uppnå en långvarig systematisk förändring av klädindustrin. H&M anger också att de vill bevara naturresurser, vilket vi har identifierat som uttryck för *bevarande* enligt SS. Det uttryck för bevarande av naturresurser som ges är dock också väldigt allmänt formulerat från H&M:s sida, men det faktum att resonemanget finns har gjort att vi identifierat det under *bevarande*.

4.3.4 En glidande skala mellan weak sustainability och strong sustainability

Även i H&M:s hållbarhetsredovisning finns det textavsnitt som kan placeras på den glidande skalan eftersom de kan sorteras in under flera kategorier. Vi presenterar dessa utdrag här och kategoriserar dem enligt kategorierna *stegvis anpassning av nuvarande affärsmodell* och *genomgripande och strukturell förändring, kompensation och positiv ekonomisk utveckling* samt *positiv ekonomisk utveckling som förutsättning/hinder*. I H&M:s fall är *kompensation och positiv ekonomisk utveckling* den kategori som är mest representerad. Här varvas framställningar av utbildning och community health med inslag av investeringar i teknologi:

We want to raise the awareness of this issue [i.e. water impact] amongst all of our colleagues, suppliers and customers of this issue. Therefore, we have developed different training packages for our colleagues. All of them should have basic knowledge about this matter as part of our new mandatory sustainability training. (H&M, Sustainability report 2013, s. 73)

Monitoring our suppliers is important, but not enough to create lasting change. This is why we are investing substantial resources to help them improve their management systems and facilitate training for workers and management in order to strengthen their in-house sustainability capacities. (H&M, Sustainability report 2013, s. 27)

For the past few years, we have teamed up with our customers to support our community work. Through dedicated collections and campaigns we raise funds and awareness of important causes. (H&M, Sustainability report 2013, s. 20)

Vad gäller *stegvis anpassning av nuvarande affärsmodell* och *genomgripande och strukturell förändring* har vi identifierat resonemang hos H&M som utgör en blandning mellan synsätt från WS och SS. Det finns en del utdrag i vilka H&M å ena sidan talar om förändringar genom att företaget introducerar nya satsningar och å andra sidan talar i termer av gradvis

förbättring. Dessa avsnitt har vi uteslutande kopplat till denna kategori eftersom båda angreppssätten tydligt finns inkluderade:

We will pilot the implementation of the fair wage method in three model factories. /.../ The aim is to showcase that leadership in sustainability, including paying a fair living wage, can go well together with best business performance. From there, we will then work to gradually scale up the implementation focusing first on our strategic suppliers. (H&M, Sustainability report 2013, s. 34)

Avslutningsvis har vi identifierat ett fåtal framställningar som vi har samlat under *positiv ekonomisk utveckling som förutsättning/hinder*. Här återfinns textavsnitt som kan tolkas som motsägelsefulla, i den mening att de dels beskriver tillväxt som bidragande till hållbarhet men även har inslag av att tillväxt kan vara problematiskt i relation till "planetens gränser":

Of course I hope that H&M will continue to grow and contribute to jobs and development around the world. But to continue growing, we need to consider our planet's boundaries. I believe that the way fashion is made and consumed will change. I hope that we will be able to produce fashion in a closed loop. (H&M, Sustainability report 2013, s. 3)

Currently we can blend in about 20% of such fibres without any loss of quality or longevity. To increase this share and enable large scale production, we are creating demand for and investing directly in the required technical innovation. (H&M, Sustainability report 2013, s. 61)

I textavsnitten ovan ger H&M uttryck för att de tror att sättet som mode konsumeras på kommer behöva förändras samtidigt som förhoppningen är att H&M ska kunna fortsätta växa. H&M beskriver vidare att de har gjort vissa förändringar kring resursanvändning, men efterlyser samtidigt tekniska innovationer för att kunna utöka produktionsvolymen. Vi tolkar detta som att H&M dels ger uttryck för tillväxt genom teknisk innovation, vilket ryms inom SS, men samtidigt verkar syftet vara att nå tillväxt, vilket vi kopplar till WS.

5 Diskussion och slutsatser

Vår diskussion börjar med att vi relaterar vårt resultat till den forskning som har presenterats i kapitel två. Prioritet läggs på att diskutera de forskningsbidrag som har utkristalliserats som mest centrala i förhållande till vårt resultat. Vi gör vissa kopplingar till WS och SS i den inledande delen, men går djupare in på detta i diskussionsavsnitt nummer två där vi även återger en sammanfattande modell för hur hållbarhetsbegreppet kommuniceras och konstrueras. Därpå följer en redogörelse för våra slutsatser och för att knyta an till den etiska dimensionen av principbaserad och regelbaserad redovisning avslutar vi med en reflektion utifrån filosofiska och redovisningsteoretiska perspektiv på etik.

5.1 Kommunikation och konstruktion av hållbarhet i relation till tidigare forskning

I vårt resultat har vi funnit beskrivningar av hållbarhet som går att relatera till tidigare studier och dessa kan därmed på ett initialt plan appliceras för att formulera konstruktionen av hållbarhetsbegreppet utifrån företagets kommunikation. Till att börja med används GRI av samtliga företag och applicering av GRI i hållbarhetsredovisningarna är tydligt kommunicerad, vilket bekräftar Searcy och Buslovichs (2014) resultat om att företag ofta finner en grund för sin hållbarhetsredovisning i GRI:s riktlinjer. Detta knyter även an till Kolks (2008) resultat eftersom vår studie bekräftar att hållbarhetsarbete struktureras utefter efterlevnad av regler, etiska policier och extern verifikation. En övervägande del av kommunikationen i hållbarhetsredovisningarna från GT, NG och H&M fokuserar just på presentation av prestationer utefter uppförandekoder, lagstiftning och liknande. Revisioner beskrivs av samtliga företag som betydande för att säkerställa efterlevnad av koder och regler i hållbarhetsarbetet.

Vi har noterat att samtliga företag för kommunikation kring integrering av index och därmed finns det ett fokus på indikatorer i hållbarhetsarbetet. Detta överensstämmer med Adams och Frosts (2008) slutsats om att företag integrerar indikatorer. På grund av vår studies tvärsnittsdesign kan vi dock inte uttala oss om Adams och Frosts (2008) konstaterande att integrering förekommer i högre utsträckning än tidigare. Att hållbarhet betyder olika för olika företag, vilket Searcy och Buslovich (2014) påvisar, kan vi däremot diskutera. Vårt resultat visar på att GT, NG och H&M har en övervägande del kommunikation med koppling till WS, vilket kan indikera att det finns en homogen kommunikation av hållbarhet. Det är dock viktigt att påtala att det finns variationer i vad företagen lyfter fram och hur de formulerar sig. Vårt resultat pekar på detta exempelvis i form av att vår analys mynnar ut i skiftande kategorier/underkategorier för företagen baserat på deras kommunikation och konstruktion av hållbarhet.

Konstruktionen av hållbarhet som en företeelse som enbart diskuteras årsvis, då vanligen i samband med sedvanlig rapportering, som Passeti et al. (2014) framhåller överensstämmer inte med vårt resultat. Det stämmer åtminstone inte överens med vad GT, NG och H&M kommunicerar eftersom samtliga företag anger att hållbarhet integreras i den dagliga verksamheten. Däremot bekräftas Abdullah AlNaimi, Hossain och Ahmed Momins (2012) slutsats att produktutveckling, HR-frågor och samhällsengagemang är mer förekommande än renodlat fokus på miljö i hållbarhetsredovisningar. Kommunikation kring produktutveckling är framträdande hos samtliga företag i denna studie och de lägger stor emphasis på att beskriva

produktdesign och materialval som viktiga delar för hållbarhet. Samhällsengagemang är också något som flitigt accentueras av företagen, vilket framförallt görs genom kommunikation kring investeringar i utbildning och community health.

Amran, Lee och Devis (2014) beskrivning av att institutionalisering av hållbarhetsbegreppet kan uppnås genom att förankra hållbarhet i företagsvisioner kan vidare relateras till vårt resultat. Vår analys visar att samtliga företag presenterar någon form av hållbarhetsvision, även om graden av den varierar. H&M är väldigt framtidsinriktade med resonemang kring hur företaget i framtiden kan bli mer hållbart, medan NG nöjer sig med att presentera en kortfattad hållbarhetspolicy. Att företagen lyfter fram visioner pekar på långsiktighet, men det finns samtidigt spår av kortsiktigt fokus i form av rapportering kring aktuella moment i omgivningen. Under rapporteringsåret 2013 inträffade exempelvis en allvarlig incident då en fabriksbyggnad i Bangladesh rasade, vilket lyftes fram av såväl H&M som Gina Tricot. Således är hållbarhet ett begrepp som inrymmer både långsiktighet och kortsiktighet.

Det bidrag som Milne och Gray (2013) lyfter fram är intressant och relevant för vårt resultat. Milne och Gray (2013) hävdar att hållbarhetsredovisning kan leda till en högre grad av ohållbarhet och medverka till fortsatt business-as-usual. Enligt vår bedömning kan detta påstående relateras till vårt resultat på flera sätt. Det faktum att vårt resultat visar på att WS-kategorin *stegvis anpassning av nuvarande affärsmodell* är mest framträdande i hållbarhetsredovisningarna antyder att business-as-usual fortgår i ekomoderniserad form. Vårt resultat visar att företagen i regel inte för någon djupare diskussion kring affärsstrukturen eller affärslogiken utan snarare fokuserar på justeringar längs befintlig modell. Däremot kan vi inte lämna någon kommentar med stöd av vårt resultat huruvida business-as-usual leder till ökad ohållbarhet som Milne och Gray (2013) argumenterar för. Vi ser att begreppet hållbarhet har skiftande innebörd, vilket innebär att även graden av ohållbarhet antar skiftande innebörd och begreppet är beroende av vilken definition av hållbarhet som antas (i.e. enligt WS och SS).

Att vårt resultat visar att företagen i regel inte för någon djupare diskussion kring affärsstrukturen eller affärslogiken utan snarare fokuserar på justeringar längs befintlig modell kan vidare kopplas till Barkemeyer et al. (2014) forskning som pekar på avsaknad av konceptuella resonemang. Vårt resultat indikerar att konceptuell problematisering är i princip obefintlig i hållbarhetsredovisningarna för de undersökta företagen då det mestadels förekommer resonemang med utgångspunkt i att den valda affärslogiken är fullt gångbar och hållbar. Visserligen finns det vissa inslag av problematisering av systemet i H&M:s hållbarhetsredovisning. Dessa inslag är dock mycket begränsade i antal.

Att hållbarhetsredovisning konstrueras som en produkt av institutionellt tryck som Laine (2009) samt Perez-Batres, Miller och Pisani (2011) påvisar får stöd av vårt resultat. Samtliga företag lyfter fram samarbeten som ett medel för att nå hållbarhet och de är tydliga med att påtala att det är en industri som behöver förändras och att det enskilda företaget inte kan uppnå systematisk förändring på egen hand. Detta ger enligt vår bedömning en bild av att hållbarhet konstrueras under institutionellt tryck. Vad gäller Schneiders (2014) resonemang om att det enbart är en reflexiv process som kan leda till att hållbarhetsfrågor ges större utrymme i affärsmodellen är vårt resultat problematiskt. Vi har funnit att företagen betonar efterlevnad av regler och koder, vilket enligt vår mening indikerar att de refererar till hållbarhet utefter regler och inte utefter företagens förhållande till omgivningen.

Kommunikation och konstruktion av hållbarhet som en ekomoderniserad version av business-as-usual kan även relateras till Tregidga, Milnes och Kearins (2013) som hävdar att företag

inte har förändrats i verklig mening för att nå ökad hållbarhet utan istället har transformerat konceptet. Detta resonemang ser vi återigen som beroende av vilken hållbarhetskategori som anläggs. Vi har sett en hög grad av WS i form av stegvis anpassning och ekomodernisering och utifrån SS kan man då hävda en begreppstransformering. Utifrån WS skulle argumentationen däremot bli den motsatta.

Att vi har funnit att WS är mest förekommande i hållbarhetsredovisningarna överensstämmer väl med Laines (2010, 2005) resultat att den retorik som förs i hållbarhetsredovisningar i regel kan kopplas till WS. GT:s, NG:s och H&M:s nuvarande kommunikation av hållbarhet är således att företagen kan uppnå hållbarhet genom justeringar av nuvarande modell. Vårt resultat visar också att företagen för resonemang om att hållbarhet leder till positiv ekonomisk utveckling, vilket kan kopplas till Milne, Tregidga och Waltons (2009) studie. Vi har emellertid också funnit resonemang kring det omvända: att positiv ekonomisk utveckling leder till hållbarhet, vilket också är att betrakta som uttryck för WS.

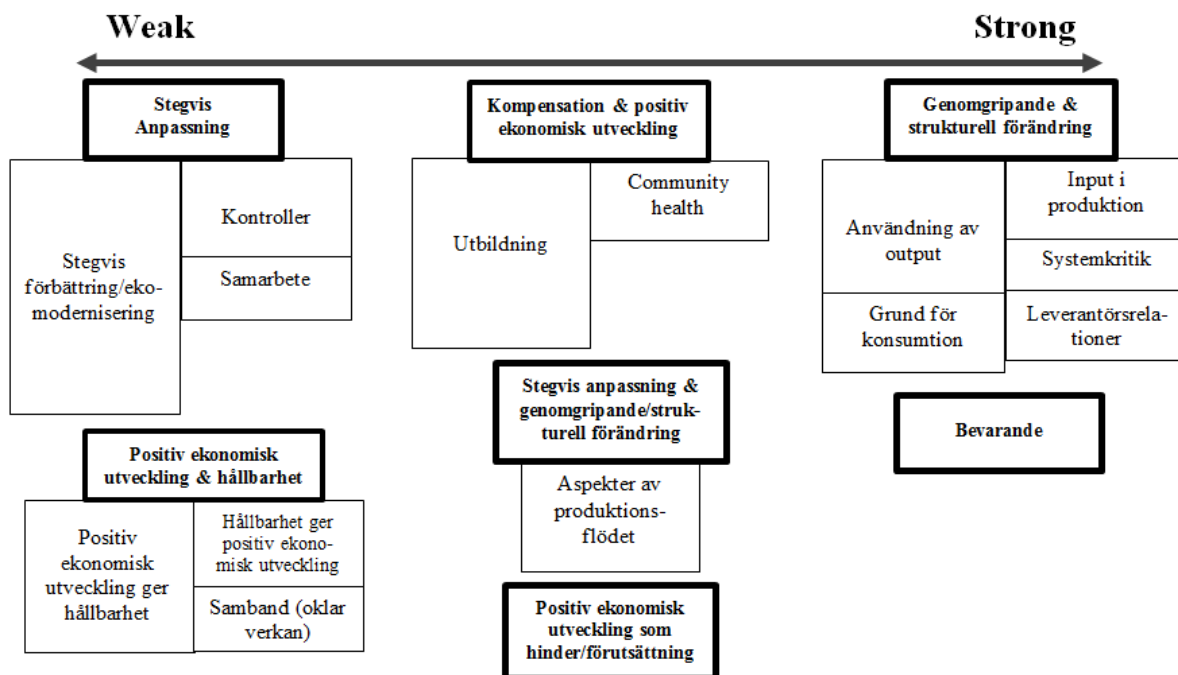
5.2 Utveckling av teoretisk modell: från dikotomi till glidande skala

Vår genomgång av teorier om hållbarhet resulterade i en dikotomisk modell. Modellen är förankrad i två vägar mot hållbarhet: WS (modifiering) och SS (strukturell förändring). Vi har tidigare angivit att vår studie till viss del är en replikering av Laines (2005) studie då vi har använt oss av WS och SS för att analysera GT:s, NG:s och H&M:s hållbarhetsredovisningar. Vår studie har dock även en del olikheter från Laines (2005) då vi i denna studie har gått djupare in på att förklara de teoretiska definitionerna, fokuserat på att utforska ett specifikt affärskoncept och utarbetat en modell utefter vårt resultat. Vidare har vi med stöd av vårt resultat även påtalat att det finns en glidande skala mellan WS och SS, vilket Laine inte gör då han fokuserar på antingen WS eller SS.

Vi ser en poäng i att inte reducera materialet till dikotomisk kategorisering enligt WS och SS eftersom vår analys visar att det finns olika nyanser och överlappande element inom respektive kategori. Detta har vi visat i form av att både SS och WS lyfter fram investering i humankapital, men har olika utgångspunkter och för olika resonemang. Vidare har vi kategoriserat kommunikation kring återvinning och cirkulära affärsmodeller som SS i form av *genomgripande och strukturell förändring*. Vi ser dock att det även finns möjlighet att tolka dessa inslag som ett indirekt bevarande, vilket innebär att det finns andra möjliga tolkningar av kategoritillhörighet. Vi bedömer detta som ytterligare ett argument för att inte begränsa modellen till WS och SS som en dikotomi. Att tillåta en glidande skala ger dessutom en mer ”holistisk approach” till hållbarhetsfrågan enligt den diskussion som Fullerton (2015) för kring att undvika dikotomisering och istället balansera flera perspektiv.

Med utgångspunkt i den teoretiska modellen har vi således observerat skillnader mellan företagen vad gäller kategorier/underkategorier och det speglas i den sammanfattande modellen för varje företag. Även om det finns vissa olikheter gällande kategorier och underkategorier se vi ändå ett mönster bland samtliga företag: den mest förekommande kategorin är WS, följt av kategorin som ligger på den glidande skalan mellan WS och SS och den minst förekommande kategorin är SS. Det finns därmed en tydlig övervikt mot WS i GT:s, NG:s och H&M:s kommunikation kring hållbarhet. Noterbart är även att det inte förekom några textavsnitt som kunde kopplas till underkategorierna *antropocentrism* och *eko-egalitarism* från vår teoretiska modell. Tendenserna visar sig såväl på företagsnivå som på övergripande nivå för hela affärskonceptet.

Vidare visar vår analys att de mest förekommande kategorierna i kommunikationen kring hållbarhet är *stegvis anpassning av nuvarande affärsmodell* samt *kompensation och positiv ekonomisk utveckling*. I kontrast till detta för företagen även en del kommunikation kring *genomgripande och strukturell förändring* bland annat i form av fokus på utvidgad service, ändrat konsumtionsperspektiv och cirkulärt produktionsfokus. Detta vägs dock upp genom att företagen också lägger stor vikt vid försvar av tillväxtimperativet och affärslogikens fokus på traditionell definition av vinster, tillväxt och lönsamhet. Vår abduktiva analys har resulterat i modellen nedan där boxarnas storlek ger en indikation på, men inte en absolut återgivning av, kategoriernas frekvens och fördelning:



Figur 5.1. *Fast fashion om hållbarhet*. (Källa: egen)

Att formuleringar som kan kategoriseras inom WS är mest förekommande i företagens hållbarhetsredovisning kan enligt vår bedömning uppfattas som motsägelsefullt utifrån den teoretiska beskrivningen av WS. En komponent i definitionen av WS är substitueringsparadigmet (se kapitel två, ss. 14-15). Argumentet är att investeringar i exempelvis humankapital kan kompensera förbrukning av naturkapital och att hållbar utveckling därmed inte behöver diskuteras eftersom hållbarhet i princip garanteras av kompensationsinvesteringar. Enligt vår uppfattning tycks det föreligga en konceptuell förvirring kring WS eftersom samtliga företag rapporterar kring hållbarhet, vilket på ett konceptuellt plan är orimligt då de samtidigt i stor utsträckning definierar hållbarhet enligt WS. Det framstår som en paradox att prioritera hållbarhetsfrågor om man skriver under på synsättet att hållbarhet kan garanteras genom substituering.

Om det är så att hållbarhetsbegreppet är en produkt av institutionell påverkan, vilket vi tidigare lyft fram i denna diskussion, är frågan om det inte finns en viss tveksamhet kring ifall WS strategi för hållbarhet är tillräcklig. Enligt vad vi har kommit fram till borde WS vara det med tanke på tendensen i vad företagen rapporterar. Så länge vi investerar i kompenserande humankapital behöver hållbarhet dock inte diskuteras enligt substitueringsparadigmet. Den

näst största kategorin är just investeringar i bland annat humankapital, vilket innebär att kompensande investeringar görs. Att samhället ändå efterfrågar en diskussion kring hållbarhet och presentation av hållbarhetsarbete måste då ses som motsägelsefullt. Att efterfråga en strävan mot hållbarhet ter sig inte följdriktig om ståndpunkten är att det man redan gör är hållbart.

5.3 Slutsatser kring kommunikation och konstruktion av hållbarhet

Syftet med denna studie är att utforska hur begreppet hållbarhet kommuniceras och därmed konstrueras av företag inom fast fashion. Studien bidrar således till ökad konceptuell förståelse av begreppet hållbarhet samt formar en basis för vidare diskussion av hållbarhet. Vi har tagit utgångspunkt både i tidigare forskning och teoribildning kring hållbarhet och teorier kring definitionen av hållbarhet eftersom båda bidrar med perspektiv för att utkristallisera företagens konstruktion av hållbarhet.

En första slutsats är att företagens konstruktion av hållbarhet förmedlar att hållbarhet kan nå genom en ekomoderniserad version av business-as-usual, vilket tydliggörs genom beskrivningar av att hållbarhet kan anpassas till den egna verksamheten. Det finns ett tydligt fokus på att framhäva hållbarhet som nåbart genom justeringar längs befintlig modell med specifikt fokus på exempelvis produktutveckling, HR-frågor och samhällsengagemang genom investeringar i exempelvis utbildning. Denna bild förstärks även av företagens betoning av efterlevnad av regler, etiska policies och extern verifikation i hållbarhetsredovisningarna. Bilden som träder fram är att en djupgående problematisering av nuvarande system inte krävs för att nå hållbarhet. Om det ekomoderniserade förhållningssättet ses som hållbart eller ohållbart beror till syvende och sist på vilken utgångspunkt som anläggs, eftersom WS och SS för olika argumentation. Detsamma gäller uppfattningen om ifall begreppet hållbarhet kan anses ha transformerats eller inte.

En andra slutsats är att konstruktionen av hållbarhet anknyter till en vidare social kontext på både lång och kort sikt. Samtliga företag lyfter fram visioner kring hållbarhet och presenterar integrering av indikatorer i företagens verksamhet som kan befästa alternativa utvärderingsgrunder på längre sikt. Dock påtalar samtliga företag att industrin måste samarbeta för att nå förändring. Även om hållbarhet konstrueras långsiktigt skapas begreppet också utifrån kortsiktiga element, vilket visas i att aktuella händelser lyfts fram i företagens kommunikation.

Analysen visar avslutningsvis att det finns alternativa tolkningar och överlappande resonemang mellan de dikotomiska huvudkategorierna i den ursprungliga teoretiska modellen. Vår tredje slutsats är således att kommunikationen (och därav konstruktionen) av hållbarhet inte är dikotomisk och därmed bör den inte heller framställas enligt dikotomisk indelning utan den bör snarare speglas i en glidande skala. Vår ståndpunkt är att om hänsyn inte tas till den glidande skalan vid kategorisering så tappas värdefulla nyanser i det empiriska materialet. Denna slutsats ska ses som en utveckling av den ursprungliga teoriska modellen snarare än att förstås som en kritik mot kategorisering enligt WS och SS.

5.4 Avslutande reflektion utifrån filosofiska och redovisnings-teoretiska perspektiv på etik

Med stöd i ovan förda resonemang finner vi att vårt resultat indikerar att de företag som vi har analyserat i viss mån har reducerat hållbarhetsfrågan till en teknikalitet. Som vi tidigare har redogjort för är en stor del av kommunikationen kring hållbarhet inriktad på att beskriva att efterlevnad av regler och stegvis anpassning ger hållbarhet. Det fokus som företagen uppvisar vad gäller uppföljning av koder och indikatorer, samt reaktioner på institutionellt tryck, riskerar att eliminera reflektion kring hållbarhet och istället skapa en mer teknisk approach till hållbarhet. Vår reflektion är att kommunikation och konstruktion av hållbarhet kan diskuteras utifrån ett filosofiskt perspektiv för att skapa resonemang kring graden av etik i hur företagen konstruerar begreppet.

För att föra en filosofisk diskussion om vårt resultat hänvisar vi till Ramírez (1995) tankar kring mänskliga livsformer. Enligt Ramírez (1995) kan handlingsklokhets aldrig sammankopplas med fasta regler eftersom etik skapas först då varje enskild situation bedöms utefter kontext och allmängiltig insikt. Som redan påtalats har vi i vårt resultat funnit att företag organiserar sitt hållbarhetsarbete utefter efterlevnad av koder och regler i hög utsträckning, vilket är en intressant beaktning med tanke på Ramírez resonemang. I förlängningen skulle det i så fall innebära att företagets hållbarhetsarbete inte kan ses som etiskt i den bemärkelsen som Ramírez lyfter fram eftersom etiken beskrivs som ”obunden av fasta regler” (Ramírez, 1995, s. 379). Ramírez (1995) motiverar detta genom att slå fast att det är av stor vikt att människan förstår vad hon håller på med och detta kan inte uppnås genom etablering av fasta regler.

Företagens kommunikation och konstruktion av hållbarhet kan enligt vår bedömning snarare beskrivas utifrån den dimension av mänsklig aktivitet som Ramírez (1995, s. 9) refererar till som *techné* och som betonar produktivitet genom upprepning av en viss aktivitet. Vår uppfattning är med stöd av Ramírez (1995) att företagen snarare ägnar sig åt teknikaliteter än etik genom att understryka ett hållbarhetsarbete som bygger på efterlevnad av regler och koder. Logiken blir därmed att företagen blir duktiga på hållbarhet genom att fortsätta leva upp till de regler och koder som de på förhand definierat för sig själva. Vi argumenterar för att denna logik är problematisk ur ett etiskt hållbarhetsperspektiv utifrån Ramírez argumentation om att etiken är fri från regler.

Ramírez (1995) skiljer på människans produktiva aktiviteter och hennes handlingsklokhets genom att göra en åtskillnad mellan ”att göra” och ”att handla”. Han beskriver det som att ”man gör alltid något men man handlar si eller så” (Ramírez, 1995, s. 9). Handlandet bottenar därmed i en medvetenhet om det etiska medan görandet istället är instrumentellt utan vidare bedömning. I vår problemdiskussion (se kapitel ett, s. 6) lyfte vi fram att det inom traditionell redovisningsteori finns uppfattningar om att principbaserade redovisningsstandarder har en starkare etisk förankring än regelbaserade redovisningsstandarder, eftersom de principbaserade förutsätter mer professionellt omdöme än de regelbaserade.

Vi ser att det är möjligt att dra en parallell mellan Ramírez resonemang kring mänskliga aktiviteter och ovan diskussion kring principbaserade och regelbaserade standarder. Principbaserade redovisningsstandarder kan enligt vår bedömning liknas vid ”handlandet” i Ramírez bemärkning medan de regelbaserade istället kan liknas vid Ramírez beskrivning av ”görandet”. Handlandet rymmer alltid en bedömning huruvida man ska handla ”si eller så” medan görandet snarare syftar till vad som ska göras. På ett liknande sätt ger principbaserade

redovisningsstandarder vägledning i hur olika redovisningssituationer bör bedömas, men de lämnar aldrig detaljerade regler för vad som ska göras, vilket görs i de regelbaserade. Avslutningsvis leder de perspektiv som Ramírez utger till slutsatsen att företagens konstruktion av hållbarhet snarare bygger på produktiv aktivitet än handlingsklokhets i och med deras tydliga fokus på stegvis anpassning och efterlevnad av såväl koder som specifika regler.

5.5 Förslag till vidare studier

Vi har tidigare påtalat att tidsramen för denna studie har begränsat antalet analyser och möjligen kan detta ha en påverkan på graden av teoretisk mättnad. Således kan en utvidgning av innevarande studie behövas för att få en starkare förankring av resultatet av vår studie. Det skulle även vara värdefullt att anlägga en longitudinell design på denna typ av studie för att få en uppfattning om hur kommunikation och konstruktion av hållbarhetsbegreppet förändras över tid. En longitudinell design på innevarande metod och studie skulle därmed kunna bidra med ytterligare insikter ifall företagets kommunikation av hållbarhet har rört sig i någon riktning på skalan mellan WS och SS. Ett ytterligare förslag till vidare studier är att undersöka andra industrier eller affärskoncept för att på så vis kunna addera till de resultat vi har presenterat. Vi har i kapitlet *Diskussion och slutsatser* avslutat med en reflektion utifrån filosofiska och redovisningsteoretiska perspektiv på etik. I framtida forskning vore det också fruktbart att analysera hållbarhetsredovisningar med hjälp av denna referensram.

6 Källförteckning

- Abdulla AlNaimi, H., Hossain, M. & Ahmed Momin, M. (2012). Corporate social responsibility reporting in Qatar: a descriptive analysis. *Social Responsibility Journal*, 8(4), ss. 511-526.
- Adams, C.A. (2002). Internal organisational factors influencing corporate social and ethical reporting: Beyond current theorising. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(2), ss. 223.
- Adams, C.A. & Frost, G.R. (2008). Integrating sustainability reporting into management practices. *Accounting forum*, 32(4), ss. 288-302.
- Adams, C.A. & McNicholas, P. (2007). Making a difference: Sustainability reporting, accountability and organisational change. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 20(3), ss. 382.
- Aktaş, R., Kayalidere, K., & Karğın, M. (2013). Corporate sustainability reporting and analysis of sustainability reports in turkey. *International Journal of Economics and Finance*, 5(3), ss. 113-125.
- Alvesson, M., & Sköldberg, K. (2008). *Tolkning och reflektion: Vetenskapsfilosofi och kvalitativ metod*. Lund: Studentlitteratur.
- Amran, A., Lee, S.P. & Devi, S.S. (2014). The influence of governance structure and strategic corporate social responsibility toward sustainability reporting quality. *Business strategy and the environment*, 23(4), ss. 217-235.
- Atkinson, G. (2000). Measuring corporate sustainability. *Journal of Environmental Planning and Management*, 43(2), ss. 235-252.
- Barkemeyer, R., Holt, D., Preuss, L., & Tsang, S. (2014). What happened to the 'Development' in sustainable development? business guidelines two decades after brundtland. *Sustainable Development*, 22(1), ss. 15-32.
- Beare, D., Buslovich, R., & Searcy, C. (2014). Linkages between corporate sustainability reporting and public policy. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 21(6), ss. 336-350.
- Bebbington, J. (2001). Sustainable development: A review of the international development business and accounting literature. *Accounting Forum*, 25(2), ss. 128-157.
- Bebbington, J., Higgins, C., & Frame, B. (2009). Initiating sustainable development reporting: Evidence from new zealand. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 22(4), ss. 588-625.
- Belal, A.R. & Cooper, S. (2011). The absence of corporate social responsibility reporting in Bangladesh. *Critical perspectives on accounting*, 22(7), ss. 654-667.
- Bhattacharyya, A. (2014). Factors Associated with the Social and Environmental Reporting of Australian Companies. *Australasian Accounting Business & Finance Journal*, 8(1), ss. 25-49.
- Blank, V., Collin, S.Y., Tagesson, T. & Broberg, P. (2009). What explains the extent and content of social and environmental disclosures on corporate websites: a study of social and environmental reporting in Swedish listed corporations. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 16(6), ss. 352- 364.
- Botha, E. Å. (2014). Kraven hårdnar på småbolagen. *Veckans Affärer*, ss. 26-27.
- Bouten, L., Everaert, P., Van Liedekerke, L., De Moor, L., & Christiaens, J. (2011). Corporate social responsibility reporting: A comprehensive picture? *Accounting Forum*, 35(3), ss. 187-204.
- Bryman, A., & Bell, E. (2013). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. Stockholm: Liber.

- Campopiano, G., & Massis, A. (2014). Corporate social responsibility reporting: A content analysis in family and non-family firms. *Journal of Business Ethics*, doi:<http://dx.doi.org/10.1007/s10551-014-2174-z>
- Cho, C., Laine, M., Roberts, R., & Rodrigue, M. (2015). Organized hypocrisy, organizational façades, and sustainability reporting. *Accounting, Organizations and Society*, 40, ss. 78-94
- Cho, C. H., & Patten, D. M. (2007). The role of environmental disclosures as tools of legitimacy: A research note. *Accounting, Organizations and Society*, 32(7), ss. 639-647.
- Clarkson, P.M., Li, Y., Richardson, G.D. & Vasvari, F.P. (2008). Revisiting the relation between environmental performance and environmental disclosure: an empirical analysis. *Accounting, organizations and society*, 33(4), ss. 303-327.
- Doupnik, T. & Perera, H. (2015). *International Accounting*. 4. Uppl., New York: McGraw-Hill Education.
- Duff, A. (2014). Corporate social responsibility reporting in professional accounting firms. *The British Accounting Review*, ss. 1-13. doi:[10.1016/j.bar.2014.10.010](https://doi.org/10.1016/j.bar.2014.10.010)
- Ellen MacArthur Foundation. (2013). *The circular model – an overview*. <http://www.ellenmacarthurfoundation.org/circular-economy/circular-economy/the-circular-model-an-overview>, 2015-04-28
- Eriksson, H. (2014). Hållbarhetsmärkta kläder nästa steg för prisat H&M. *Dagens Nyheter*, 23 september.
- Faisal, F., Tower, G. & Rusmin, R. (2012). Legitimising corporate sustainability reporting throughout the world. *Australasian accounting business and finance journal*, 6(2), ss. 19-34.
- Fullerton, J. (2015). *Regenerative Capitalism: How Universal Principles and Patterns Will Shape our New Economy (white paper)*. April. Greenwich: Capital Institute. www.CapitalInstitute.org/Regenerative-Capitalism
- García-Benau, M. A., Sierra-Garcia, L., & Zorio, A. (2013). Financial crisis impact on sustainability reporting. *Management Decision*, 51(7), ss. 1528-1542.
- Gina Tricot AB (2014). Hållbarhetsredovisning 2013. http://www.ginatricot.com/cms/system/csr/footer/pdf/hallbarhetsredovisning_297x420_2013_webb.pdf
- Graneheim, U.H., Lundman, B. (2004). Qualitative content analysis in nursing research: concepts, procedures and measures to achieve trustworthiness. *Nurse education today*, 24(2), ss. 105-112.
- Hahn, R., & Lülfs, R. (2014). Legitimizing negative aspects in GRI-oriented sustainability reporting: A qualitative analysis of corporate disclosure strategies. *Journal of Business Ethics*, 123(3), ss. 401-420.
- He, C. & Loftus, J. (2014). Does environmental reporting reflect environmental performance? *Pacific Accounting Review*, 26(1/2), ss. 134-154.
- Hedberg, C. & von Malmborg, F. (2003). The Global Reporting Initiative and corporate sustainability reporting in Swedish companies. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 10(3), ss. 153-164.
- Hennes & Mauritz AB (2014). Sustainability report 2013. http://sustainability.hm.com/content/dam/hm/about/documents/en/CSR/reports/Conscious%20Actions%20Sustainability%20Report%202013_en.pdf
- Higgins, C., & Walker, R. (2012). Ethos, logos, pathos: Strategies of persuasion in social/environmental reports. *Accounting Forum*, 36(3), ss. 194-208.
- Ihlen, Ø. & Roper, J. (2014). Corporate Reports on Sustainability and Sustainable Development: 'We Have Arrived'. *Sustainable Development*, 22(1), ss. 42-51.

- Ingram, R. W. (1978). An investigation of the information content of (certain) social responsibility disclosures. *Journal of Accounting Research*, 16(2), ss. 270-285.
- Jacobsson, G. (2010). Abduktion: En forskningsmetod för psykodynamiska psykoterapeuter. *Matrix*, 27(4), ss. 324-347.
- Joy, A., Sherry, J.F., Venkatesh, A., Wang, J. & Chan, R. (2012). Fast Fashion, Sustainability, and the Ethical Appeal of Luxury Brands. *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, 16(3), ss. 273-296.
- Kilian, T. & Hennigs, N. (2014) Corporate social responsibility and environmental reporting in controversial industries. *European business review*, 26(1), ss. 79-101.
- Kim, H., Choo, H.J. & Yoon, N. (2013). The motivational drivers of fast fashion avoidance. *Journal of fashion marketing and management*, 17(2), ss. 243-260.
- Klefbom, E. (2015). Storbanker får underkänt i etik och hållbarhet. *MiljöAktuellt*, s. 14.
- Kolk, A. (2008). Sustainability, accountability and corporate governance: exploring multinationals' reporting practices. *Business strategy and the environment*, 17(1), ss. 1-15.
- Kotonen, U. (2009). Formal corporate social responsibility reporting in Finnish listed companies. *Journal of applied accounting research*, 10(3), ss. 176-207.
- KPMG & GRI. (2007). *Reporting the Business Implications of Climate Changes in Sustainability Reports*. Amsterdam: Global Reporting Initiative & KPMG's Global Sustainability Services.
- Laine, M. (2005). Meanings of the term 'sustainable development' in finnish corporate disclosures. *Accounting Forum*, 29(4), ss. 395-413.
- Laine, M. (2009). Ensuring legitimacy through rhetorical changes?: A longitudinal interpretation of the environmental disclosures of a leading Finnish chemical company. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 22(7), ss. 1029-1054.
- Laine, M. (2010). Towards sustaining the status quo: Business talk of sustainability in finnish corporate disclosures 1987-2005. *European Accounting Review*, 19(2), ss. 247-274.
- Li, Y., Zhang, J. & Foo, C. (2013) Towards a theory of social responsibility reporting Empirical analysis of 613 CSR reports by listed corporations in China. *Chinese Management Studies*, 7(4), ss. 519-534.
- Maignan, I., & Ralston, D. (2002). Corporate social responsibility in europe and the US: Insights from businesses' self-presentations. *Journal of International Business Studies*, 33(3), ss. 497-514.
- Marshall, M.N. (1996). Sampling for qualitative research. *Family practice*, 13(6), ss. 522-525.
- Marshall, C., & Rossman, G. B. (2006). *Designing qualitative research*. Thousand Oaks, Calif; London: SAGE.
- Milne, M.J. & Gray, R. (2013). W(h)ither ecology?: the triple bottom line, the global reporting initiative, and corporate sustainability reporting. *Journal of Business Ethics*, 118(1), ss. 13-29.
- Milne, M. J., Tregidga, H., & Walton, S. (2009). Words not actions! the ideological role of sustainable development reporting. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 22(8), ss. 1211-1257.
- Mori, R., Best, P. J., & Cotter, J. (2014). Sustainability reporting and assurance: A historical analysis on a world-wide phenomenon. *Journal of Business Ethics*, 120(1), ss. 1-11.
- Neumayer, E. (2013). *Weak versus strong sustainability : Exploring the limits of two opposing paradigms*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Nilson Group AB (2014). Hållbarhetsrapport 2013.
<http://www.putfeetfirst.com/se/hallbarhetsredovisningar>
- Nordlund, M. (2014). Redovisning av hållbarhet. *Norrbottnens Affärer*, s. 19.

- Passetti, E., Cinquini, L., Marelli, A. & Tenucci, A. (2014). Sustainability accounting in action: lights and shadows in the Italian context. *The British accounting review*, 46(3), ss. 295-308.
- Pedersen, E. R. G., Neergaard, P., Pedersen, J. T., & Gwozdz, W. (2013). Conformance and deviance: Company responses to institutional pressures for corporate social responsibility reporting. *Business Strategy and the Environment*, 22(6), ss. 357-373.
- Perez-Batres, L. A., Miller, V. V., & Pisani, M. J. (2011). Institutionalizing sustainability: An empirical study of corporate registration and commitment to the united nations global compact guidelines. *Journal of Cleaner Production*, 19(8), ss. 843-851.
- Ramírez, J. L. (1995). *Skapande mening 2: En begreppsgenealogisk undersökning om rationalitet, vetenskap och planering*. Diss. Stockholm: Nordiska institutet för samhällsplanering.
- Rossi, M. S., Brown, H. S., & Baas, L. W. (2000). Leaders in sustainable development: How agents of change define the agenda. *Business Strategy and the Environment*, 9(5), ss. 273-286.
- Schneider, A. (2014). Reflexivity in sustainability accounting and management: Transcending the economic focus of corporate sustainability. *Journal of Business Ethics*, 127(3), ss. 1-12.
- Sciulli, N. (2011). The views of managers from a local coastal council on sustainability reporting issues. *Qualitative Research in Accounting & Management*, 8(2), ss. 139-160.
- Searcy, C. & Buslovich, R. (2014). Corporate perspectives on the development and use of sustainability reports. *Journal of Business Ethics*, 121(2), ss. 149-169.
- Shrivastava, P. (1994). Castrated environment: Greening organizational studies. *Organization Studies*, 15(5), ss. 705-726.
- Spalding, A.D. & Oddo, A. (2011). It's time for principles-based accounting ethics. *Journal of Business Ethics*, 99(S1), ss. 49-59.
- Stuebs, M.T. & Thomas, C.W. (2011). Principles-based accounting: the case for principled judgment. *Research on professional responsibility and ethics in accounting*, vol. 15, ss. 47-73.
- Tregidga, H., Milne, M., & Kearins, K. (2013). (Re)presenting 'sustainable organizations'. *Accounting, Organizations and Society*, 39(6), ss. 477-494.
- Villiers, C., & Alexander, D. (2014). The institutionalisation of corporate social responsibility reporting. *The British Accounting Review*, 46(2), ss. 198-212.
- Vurro, C., & Perrini, F. (2011). Making the most of corporate social responsibility reporting: Disclosure structure and its impact on performance. *Corporate Governance*, 11(4), ss. 459-474.
- Widmark, J. (2014a). 5 hållbarhetsrapporter som INSPIRERAR. *MiljöAktuellt*, ss. 32-33.
- Widmark, J. (2014b). Hållbarhetsredovisningens DILEMMA. *MiljöAktuellt*, ss. 24-29.
- Widmark, J. (2015). LEVNADSLÖNER – Hur går det? *MiljöAktuellt*, ss. 44-45.
- Wilson, A. and West, C. (1981). The marketing of 'unmentionables'. *Harvard Business Review*, 51(1), ss. 91-102.
- Yusoff, H., Othman, R., & Yatim, N. (2014). Culture and accountants' perceptions of environmental reporting practice. *Business Strategy and the Environment*, 23(7), ss. 433-446.



HÖGSKOLAN I BORÅS

Besöksadress: Allégatan 1 · Postadress: 501 90 Borås · Tfn: 033-435 40 00 · E-post: registrator@hb.se · Webb: www.hb.se