

KANDIDATUPPSATS (41-60 P) I FÖRETAGSEKONOMI
VID INSTITUTIONEN FÖR DATA OCH AFFÄRSVETENSKAP
2007:KF10

Hållbarhetsredovisning

- En jämförelse av olika branscher

Anna Lantoft
Victoria Larsson

VT 2007



HÖGSKOLAN I BORÅS
INSTITUTIONEN FÖR DATA- OCH AFFÄRSVETENSKAP

Svensk titel: Hållbarhetsredovisning – en jämförelse av olika branscher

Engelsk titel: Sustainability reporting – a comparison of different sectors

Författare: Anna Lantoft och Victoria Larsson

Färdigställd (år): VT 2007

Handledare: Per Forsberg

Abstract

This essay concern sustainability reporting, a matter that was first discussed of Brundtland Commission, which was convened by the United Nations in 1983. The concept is defined as “*development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs*”. Reporting of environmental issues was first accepted among organisations, but today the responsibility has been extended to also contain economic and social matters.

This study has mainly focused on if there is a difference in different sectors chooses to highlight in their sustainability reports and why. The reason behind these questions is the criticism towards the voluntariness of the existing guidelines and the lack of comparability that follows. Today the companies can use the guidelines from *Global Reporting Initiative (GRI)*, which have become generally accepted all around the world. Despite of this, there are still problems concerning comparability between different companies.

The purpose of this study is to create a comprehension on how companies from different sectors comply with the guidelines from *GRI*, in order to understand how well the reports can be compared. Another purpose is to create enough knowledge of the subject to be able to discuss whether or not the voluntary reporting is sufficient or if legal regulation is needed.

The study has been restricted to only include organisations from the industrial, commercial and communication sector. All reviewed organisations are users of the *GRI* guidelines. Only sustainability reports from 2005 regarding social and environmental responsibility has been audited. Economical factors however have not been taken into consideration.

The essay is written from a hermeneutical approach. Furthermore we have performed a qualitative case study with the purpose to interpret and create an understanding for the complexity of the problem in our study. In addition our report has been written from an inductive perspective, seeing that we strived to make new discoveries.

The empirical information has been collected through auditing sustainability reports. These reports have been gathered from six different companies; *SKF*, *Atlas Copco*, *IKEA*, *H&M*, *Ericsson* and *TeliaSonera*. In addition to the auditing, these companies have also participated in an interview. Unfortunately, neither *Ericsson* nor *TeliaSonera* chose to take part in our interview. The empirical material also became a matter for analysis, where all companies were subject to comparison. The organisations were compared both within and between the sectors and finally potential causes for differences among the sectors were discussed.

The conclusions we found were that the commercial sector has a significant distinction from the other sectors. *IKEA* and *H&M* together share the focus on other social and environmental issues, namely on suppliers and the central materials used in production; cotton and wood. A conceivable reason for this might be that the shareholders have stricter requirements regarding *IKEA* and *H&M*. These organisations have several times before been involved in scandals concerning these issues.

Concerning comparability we consider it to be vague, mostly because companies use the guidelines of *GRI* to a different extent. Therefore we suggest that *GRI* makes more advanced requirements, especially when it comes to informing shareholders about the degree of usage.

Key words: Sustainability reporting, GRI,

Sammanfattning

Denna uppsats berör hållbar utveckling och framförallt företags redovisning av detta externt. Begreppet nämndes första gången av *Brundtlandkommissionen*, vilken skapades av FN år 1983, och definieras som ”en utveckling som tillfredställer dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillfredställa sina behov”. Miljöredovisning var det som först vann acceptans hos företagen, men idag rapporteras även ekonomiskt och socialt ansvar.

Vår studie har främst fokuserats kring frågan om det finns någon skillnad i vad olika branscher väljer att presentera i sina hållbarhetsredovisningar samt vilka orsaker som ligger bakom detta. Dessa frågor har sitt ursprung i att kritik riktats emot att rapporteringen är frivillig, eftersom detta leder till att företagen fritt kan välja innehåll i hållbarhetsredovisningen. För de som väljer att rapportera finns dock ett allmänt erkänt regelverk, *Global Reporting Initiative* (GRI). Trots detta finns ännu tveksamheter kring jämförbarheten mellan olika företags hållbarhetsrapporter.

Syftet med vår studie är att skapa en förståelse för hur *GRI* efterföljs inom olika branscher, för att se hur väl dessa hållbarhetsredovisningar går att jämföra. Vi har dessutom som delsyfte att kunna uttala oss om lagstiftning krävs för att uppnå jämförbarhet eller om frivilliga riktlinjer kan anses tillräckliga.

Vår studie har avgränsats till företag inom industri-, försäljnings- och telefonibranschen som tillämpar GRI. Endast hållbarhetsredovisningar från 2005 har granskats, detta vad gäller socialt ansvar och miljö medan ekonomisk information har utelämnats.

Uppsatsen är skriven utifrån ett hermeneutiskt synsätt och med en kvalitativ ansats, detta för att vi önskat tolka och skapa en djupare förståelse för den problematik som har undersökts. Dessutom har vi använt oss av induktion för att dra slutsatser, då vi till största del utgått från empirin för att göra nya upptäckter.

Vårt empiriska material har framförallt inhämtats genom en granskning av hållbarhetsredovisningar från sex olika företag; *SKF* och *Atlas Copco*, *IKEA* och *H&M* samt *Ericsson* och *TeliaSonera*. Utöver detta har vi insamlat intervjumaterial från industri och försäljningsföretagen. Tyvärr kunde varken *Ericsson* eller *TeliaSonera* ställa upp på en intervju.

Det empiriska underlaget blev därefter föremål för en analys av företagen inom branscherna och därefter jämfördes branscherna även med varandra. Slutligen diskuterades tänkbara orsaker bakom dessa skillnader.

Slutsatserna av detta blev att försäljningsbranschen skiljer sig från övriga branscher genom att fokusera på andra sociala och miljömässiga områden. Dessa företag lägger nämligen störst fokus på leverantörer samt på de huvudsakliga material som företagen använder; trä respektive bomull. Orsaken till detta tror vi är att intressenterna ställer helt andra krav på *IKEA* och *H&M*, eftersom dessa företag uppmärksammats i fler skandaler gällande just dessa områden.

Vad gäller jämförbarheten har vi dragit slutsatsen att denna är låg, främst på grund av att skilda företag använder sig av GRI i olika utsträckning. Därför anser vi att en förändring är på sin plats och som förslag ger vi att GRI bör ställa större krav på sina användare. Främst tänker vi då på upplysningskrav gällande den nivå det aktuella företaget valt att lägga sig på.

Nyckelord: hållbarhetsredovisning, GRI

Innehållsförteckning

1. Inledning	1
1.1 Bakgrund.....	1
1.2 Problemdiskussion och formulering av forskningsfrågor ..	2
1.3 Syfte	3
1.4 Avgränsning	4
2. Metod	5
2.1 Vetenskapligt synsätt	5
2.2 Vetenskapligt perspektiv	6
2.3 Vetenskaplig undersökningsmetod	6
2.4 Forskningsansats	7
2.5 Datainsamlingsmetod	8
2.5.1 Typ av data	8
2.5.2 Val av undersökningsenheter	8
2.5.3 Intervjuteknik	8
2.6 Giltighetsanspråk	9
3. Teoretisk referensram	12
3.1 Företagens syfte med hållbarhetsarbete.....	12
3.2 Lagstadgad hållbarhetsredovisning.....	13
3.3 Frivilliga övergripande riktlinjer.....	13
3.4 Frivilliga specifika riktlinjer	15
3.4.1 AccountAbility 1000 (AA 1000).....	15
3.4.2 Global Reporting Initiative (GRI)	16
3.5 Intressentteorin.....	19
3.6 Legitimitetsteorin	20
3.7 Röster om frivilligheten	21
4. Empiri	22
4.1 Industribranschen	22
4.1.1 SKF.....	22
4.1.2 Atlas Copco	26
4.2 Försäljningsbranschen	30
4.2.1 IKEA	30
4.2.2 Hennes & Mauritz	34
4.3 Telefonibranschen	38
4.3.1 LM Ericsson	38
4.3.2 TeliaSonera.....	41
5. Analys	45
5.1 Analys av respektive bransch.....	45

5.1.1 Industribranschen	45
5.1.2 Försäljningsbranschen	46
5.1.3 Telefonbranschen	47
5.2 En jämförelse av branscherna.....	48
5.3 Tänkbara orsaker bakom branschskillnad.....	52
6. Slutsatser och avslutande diskussion	54
6.1 Slutsatser	54
6.2 Avslutande diskussion.....	57
6.2.1 Kommentarer till undersökningen.....	57
6.2.2 Förslag till vidare forskning	57
7. Källförteckning.....	58
Bilaga 1	62
Bilaga 2.....	64
Bilaga 3.....	65
Bilaga 4.....	67
Bilaga 5.....	69

1. Inledning

I detta kapitel förklaras bakgrunden till hållbarhetsredovisning, det vill säga varifrån begreppet härstammar och vilken innebörd det har. Därefter diskuteras ett viktigt problemområde inom ämnet, vilket utgör grunden för denna studie och därför också mynnar ut i två forskningsfrågor. Slutligen beskrivs syftet med studien och hur den har avgränsats.

1.1 Bakgrund

De senaste årens avveckling av handelshinder och öppnandet av nya marknader har bidragit till en globalisering av världsekonomin, vilket i sin tur medverkat till att stora transnationella företag har uppstått (Larsson 2005, s.29). Tillsammans med ökade påtryckningar från omvärlden har en sådan globalisering resulterat i att företagen fått ett betydligt större ansvar. Dagens organisationer ansvarar inte enbart för den centrala verksamheten, utan även för att leverantörer i avlägsna utvecklingsländer sköter sig (Fagerfjäll 2001, s.11). Ett exempel som illustrerar detta är fallet *IKEA*, som kritiserades för att dess underleverantörer använde sig av barnarbete. Dessa påtryckningar bidrog så småningom till att företaget skapade ett eget regelsystem för alla led i verksamheten (Balans 2005, nr 2).

Ett sätt för företagen att visa sitt ansvarstagande för omvärlden är att upprätta en hållbarhetsredovisning. Begreppet hållbarhet nämndes första gången av Brundtlandkommissionen, vilken skapades av *Förenta Nationerna* (FN) år 1983 för att hantera frågor om miljö och utveckling. I en av kommissionens rapporter, som kom att benämnas *Vår gemensamma framtid*, definieras hållbarhet som:

”en utveckling som tillfredställer dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillfredställa sina behov”.

År 1992 hölls dessutom en *FN*-konferens i Rio de Janeiro angående miljöarbete. Under konferensen antogs *Agenda 21*, som utgjordes av en dagordning med mål och riktlinjer för en hållbar utveckling. I detta dokument diskuterades miljö, men även social och ekonomisk hållbarhet (ibid.).

Hållbarhetsredovisning har sin grund i begreppet *Tripple bottom line*, som innebär att ett företags prestationer skall mätas inom de tre dimensionerna ekonomi, sociala frågor och miljö (Löhman & Steinholtz 2003, s.177).

Redovisning av vilket ansvar företagen tar för miljön kom att bli det som först vann acceptans; under 1990-talet ökade frivilliga miljöredovisningar betydligt i Sverige och andra industrialiserade länder (Balans 2005, nr 4). Anledningen till ökningen var framförallt påtryckningar från miljöorganisationer och människorättsrörelser, som önskade minska miljöbelastningen (Balans 2006, nr 12). Till en början var det frivilligt att miljöredovisa, men år 1999 blev det ett lagstadgat krav att presentera miljöinformation i förvaltningsberättelsen (Balans 2005, nr 4). Enligt *Årsredovisningslagen* (SFS 1995:1554) 6:e kapitlet § 1 skall företag som bedriver tillstånds- eller anmälningspliktig verksamhet alltid lämna upplysningar om påverkan på den yttre miljön i förvaltningsberättelsen. Tillståndsplikt innebär att ett bolag måste söka tillstånd för att bedriva miljöfarlig verksamhet (Balans 2005, nr 8-9).

Idag redovisas inte enbart lagstadgade miljöfrågor, utan även ansvarsfrågor gällande etik och socialt ansvarstagande. Henrik Dahlström, chef för miljö- och etikrevision på revisionsföretaget *KPMG*, menar att ansvarsfrågor blivit alltmer viktiga för företagens varumärkesbyggande och en effektiv riskhantering. En undersökning gjord av *KPMG* år 2005 visar att allt fler av dagens storföretag upprättar en hållbarhetsredovisning. Vanligast är denna form av rapportering inom miljöpåverkande branscher, såsom data och elektronik, gas, fordon samt tillverkning (Balans 2005, nr 10).

1.2 Problemdiskussion och formulering av forskningsfrågor

På grund av en ökad globalisering ansvarar ett företag i nuläget för allt som kan kopplas till dess verksamhet. Ett flertal verksamheter har av denna orsak dessutom sammankopplats med utländska företag, varpå dessa måste rätta sig efter internationella rekommendationer. *Global Reporting Initiative* (GRI) är ett exempel på sådana riktlinjer, som idag utgör den vanligaste grunden för ett företag som upprättar en hållbarhetsredovisning (Löhman & Steinholtz 2003, s.146-147).

GRI skapades år 1997 för att utarbeta globala riktlinjer för hållbarhetsredovisning. Dessa fokuserar på miljö, sociala och ekonomiska aspekter (Larsson 2005, s.236). *GRI*:s första riktlinjer presenterades år 2000 och har därefter uppdaterats år 2002 och senast år 2006. *GRI* används av omkring tusen företag världen över, bland andra *Ericsson* och *Microsoft* (Balans 2006, nr 11).

Studier har visat att företag hellre redovisar positiva framsteg än negativa nyheter i miljöarbetet. I studierna framgår även att miljöpåverkande

branscher, såsom skogs- och kemiföretag, erbjuder de mest utvecklade miljöredovisningarna. Ofta skiljer det sig mycket åt i ambitionsnivån vid miljöredovisning, vilket är vanligt förekommande när redovisningen tillåts utvecklas under frivilliga villkor (Artsberg 2005, s.377).

Enligt Bergström (2006, s.166) finns ingen eller också en osäker systematik i rapporteringen av hållbarhetsarbetet. Larsson (2005, s.247) menar istället att det finns en samstämmighet i vad som är grundläggande för att nå en hållbar utveckling och likaså vilka frågor som tas upp i en hållbarhetsredovisning. Dock finns det inget allmänt accepterat och använt ramverk för denna form av rapportering, även om GRI:s riktlinjer blivit allmänt erkända. Denna problematik gör det svårt att göra jämförelser mellan olika företag (Larsson 2005, s.247).

Utifrån denna diskussion anser vi att det finns ett problem med att GRI:s riktlinjer endast utgör frivilliga rekommendationer. Detta kan nämligen leda till att företag försöker ge en förskönad bild av verksamheten, genom att främst utgå från de riktlinjer som är positiva för företagets anseende och undvika andra faktorer som istället kan leda till skada. Mot denna bakgrund har vi därför valt att undersöka innehållet i olika företags hållbarhetsredovisningar, för att därefter göra jämförelser inom olika branscher med avsikten att kunna ställa branscherna emot varandra. Vi har fokuserat på följande forskningsfrågor:

Fråga 1: *Finns det en skillnad i vad olika branscher väljer att presentera i sina hållbarhetsredovisningar?*

Fråga 2: *Om skillnad föreligger, vilka orsaker kan då ligga bakom denna situation?*

1.3 Syfte

Det huvudsakliga syftet med vår uppsats är skapa en förståelse för hur *GRI* efterföljs inom olika branscher och vilka orsaker som kan ligga bakom denna situation. Detta hoppas vi leder fram till en insikt om hur väl det går att jämföra hållbarhetsredovisningar från företag inom olika branscher. En sådan kunskap är relevant för ett flertal intressenter, exempelvis miljömedvetna kunder och leverantörer, som i valet av företag kan behöva få tillgång till den sortens information. Dessutom kan vår studie ha en teoretisk och praktisk relevans för de organisationer som styr lagstiftningen på området. Med tanke på att miljöinformation till vissa delar redan är lagstadgat kan det nämligen förmodas att även social och ekonomisk hållbarhetsredovisning kommer att regleras. Ett delsyfte blir därför att bidra

med kunskap som kan hjälpa oss, och i slutändan också berörda organisationer, att avgöra om lagstiftning är befogad eller om det kan anses tillräckligt med frivilliga riktlinjer för att uppnå jämförbarhet mellan företagens hållbarhetsredovisningar.

1.4 Avgränsning

I vår studie har vi undersökt tre branscher, *industri-, försäljnings- och telefonibranschen*, där vi har fokuserat på två företag inom varje bransch som tillämpat *GRI:s* riktlinjer. Granskningen har avgränsats till att endast beröra hållbarhetsredovisningar från år 2005, eftersom detta var det enda året som alla inblandade företag hade presenterat hållbarhetsredovisningar i enlighet GRI. Dessutom har vi endast valt att se över sociala och miljömässiga faktorer, medan den ekonomiska aspekten har utelämnats på grund av tidsbrist. Vidare har vi fokuserat på de personer som har ansvaret för företagens hållbarhetsredovisningar. Däremot har vi helt uteslutit intressenternas syn på saken, eftersom detta hade medfört att vår studie blivit för omfattande.

2. Metod

I detta kapitel beskrivs och förklaras vårt vetenskapliga synsätt och vilket perspektiv som lagts på studien. Dessutom beskrivs valet av undersökningsmetod, vilken typ av data som används, intervjuteknik samt giltighetsanspråk gällande validitet och reliabilitet.

2.1 Vetenskapligt synsätt

Inom forskning talas det främst om två vetenskapliga huvudinriktningar; *positivism* respektive *hermeneutik*. Skillnaden mellan dessa kan härledas från inriktningarnas ursprung. Positivismen härstammar från naturvetenskapen, medan hermeneutik har en mer humanistisk inriktning (Thurén 1995, s.14).

Inom det positivistiska synsättet inhämtas kunskapen genom iakttagelse och logik. Forskaren tillåts varken lita på sin förförståelse eller låta känslorna styra, utan måste kritiskt granska andras påståenden och egna iakttagelser. Forskaren skall endast stödja sig på sådana fakta som kan säkerställas med rimlig sannolikhet (ibid. s.15). Enligt Patel (1994, s.24-25) handlar positivism om att härleda hypoteser från teorin och därefter pröva dessa empiriskt med hjälp av vetenskapliga metoder. En utmärkande egenskap för synsättet är att kunskap om helheten kan nås genom att studera delarna var för sig.

Hermeneutik utgör positivismens raka motsats. Till skillnad från positivismen, som syftar till att förklara, utgör hermeneutik en form av tolkning där forskaren studerar, tyder och försöker förstå det som ligger i fokus för studien (Thurén 1995, s.25). Enligt en hermeneutiker uppfattas verkligheten inte enbart genom våra sinnen, utan tolkas även utifrån vår förförståelse. Förståelse är följaktligen ett centralt begrepp inom detta synsätt (ibid. s.53).

Vi har i grund och botten ett *hermeneutiskt synsätt*, eftersom vi anser det vara svårt att undvika subjektivitet, förförståelse och fördomar vid själva kunskapsprocessen. Detta kommer att avspeglas i vår uppsats, inte minst genom att vår studie syftar till att skapa en ny förståelse utifrån vår tidigare förförståelse.

2.2 Vetenskapligt perspektiv

Vår studie skall genomföras utifrån ett *aktörsperspektiv*. Utifrån ett sådant kan helheten förklaras genom att studera delarna, det vill säga de enskilda aktörerna. Detta kan i sin tur leda till en djupare och mer helhetsinriktad uppfattning av det som studeras (Holme & Solvang 1997, s.35).

Aktörsperspektivet passar bra för vår studie då den syftar till att skapa en förståelse av helheten, det vill säga hållbarhetsredovisning inom olika branscher, genom att studera de enskilda aktörerna som har ansvaret för dessa rapporter.

2.3 Vetenskaplig undersökningsmetod

Inom samhällsvetenskapen finns två metodiska angreppssätt; *kvalitativ* respektive *kvantitativ metod* (Holme & Solvang 1996, s.13). Den främsta skillnaden ligger i det kunskapsyfte forskaren har, det vill säga om denne önskar söka förståelse eller en förklaring av forskningsproblemet. Kvalitativ metod går ut på att skapa sig en djupare förståelse av det som undersöks och se vilket samband problemet har med helheten. Den kvantitativa metoden handlar istället om att, utifrån statistik, ge förklaringar åt det forskaren behandlar (Andersen 1998, s.31).

I kvantitativ forskning används en bred ansats, där forskaren tar fram en liten mängd information om många undersökningsenheter. Detta görs vanligen genom ordnade observationer, såsom enkätundersökningar med fasta svarsalternativ, där det fokuseras på bland annat det som är gemensamt och representativt. Utifrån detta material drar forskaren få och enkla slutsatser (Holme & Solvang 1996, s.78).

Kvalitativ ansats handlar istället om att gå på djupet, genom att samla in en mängd information om ett fåtal forskningsobjekt (ibid.). Utgångspunkten är forskarens förförståelse, som erhållits genom egna erfarenheter, utbildning eller vetenskapligt arbete (ibid. s.95). Vanligen genomförs studien med hjälp av djupgående intervjuer, där forskaren ställer öppna frågor och önskar få svar därefter (ibid. s.78). Den kvalitativa metoden kännetecknas av närhet till undersökningsenheterna, vilket kan uppnås genom att sätta sig in i den undersökta situation (ibid. s.92). Syftet med kvalitativ forskning är att skaffa en mer ingående kunskap snarare än en bred sådan samt att skapa en förståelse av helheten (Patel 1994, s.99-100).

Då syftet med vår uppsats är att skapa en förståelse har vi valt att använda oss av en **kvalitativ undersökningsmetod**. Detta val styrks ytterligare genom att vi genomgående haft som målsättning att skapa en förståelse för helheten utifrån delarna, vilket utgör det främsta målet vid kvalitativa studier. Utifrån denna helhetsförståelse har vi även givit en förklaring av orsakerna till innehållet i hållbarhetsredovisningen, vilket också det kan anses vara ett kvalitativt förfarande eftersom förklaringen gjorts på det djupare planet. Vår förståelse har vi uppnått genom intervjuer med öppna frågor, vilket givit oss en närhet till den som utfrågats samt bidragit till en djupare kunskap än om vi hade utfört en kvantitativ enkätundersökning. Dessutom har vi endast fokuserat på ett fåtal undersökningsenheter, närmare bestämt sex stycken, vilket är typiskt för den kvalitativa metoden.

2.4 Forskningsansats

Det finns framförallt två tillvägagångssätt att tillämpa för att dra vetenskapliga slutsatser; *deduktiv* respektive *induktiv ansats* (Andersen 1998, s.29).

Den deduktiva ansatsen kallas "*bevisandets väg*", där det utifrån tidigare påståenden härleds nya hypoteser som testas genom empiriska undersökningar. Detta kan antingen förstärka eller försvaga befintlig teori på området (Holme & Solvang 1996, s.51). Förenklat handlar deduktion om att testa existerande teori för att antingen utveckla eller omkullkasta den (Artsberg 2005, s.31).

Vid en induktiv ansats ligger utgångspunkten i empirin för att bygga upp ny teori och kunskap (ibid.). Den brukar kallas för "*upptäckarens väg*" (Holme & Solvang 1996, s.51) och innebär att forskaren utgår från enskilda händelser, empiri, för att sluta sig till generell kunskap om teorin (Andersen 1998, s.30).

De båda ansatserna kan skiljas på analytisk väg, men ofta skapas ny kunskap antingen genom en kombination av dem båda eller också med hjälp av motsättningen mellan dem (Holme & Solvang 1996, s.51).

Vår studie har genomförts utifrån ett empiriskt perspektiv, vilket innebär att våra forskningsfrågor främst besvarats utifrån verkligheten genom intervjuer och granskning. Dessutom har vi haft som mål att upptäcka, snarare än att bevisa en på förhand ställd hypotes. Mot denna bakgrund har vi till största delen använt oss av en **induktiv ansats**, som tar sin huvudsakliga utgångspunkt i empirin och framförallt handlar om att just upptäcka.

2.5 Datainsamlingsmetod

2.5.1 Typ av data

Datakällor kan indelas efter om de är *primära* eller *sekundära*. Primärdata är sådan information som forskaren själv samlar in, vilket exempelvis kan ske genom intervjuer och observationer. Data som insamlats av andra personer utgör istället sekundärdata, vilket kan bestå av litteratur och dokument av olika slag (Artsberg 2005, s.45).

I vår teoretiska referensram har vi endast utgått ifrån *sekundära källor* i form av litteratur, lagtext och artiklar. Denna information har vi funnit genom att använda oss av sökord som *Miljöredovisning*, *Hållbarhetsredovisning*, *Sustainability Report*, *Tripple Bottom Line*, *Global Reporting Initiative* och *Corporate Social Reporting*. I det empiriska materialet ingår däremot såväl primära som sekundära källor. Företagens hållbarhetsredovisningar är att betrakta som sekundärdata, medan de intervjuer som genomförts kan klassas som *primärdata*.

2.5.2 Val av undersökningsenheter

I vår studie har valet av företag helt och hållet skett utifrån *tillgänglighet*. Då vi fokuserat på företag som, i sina hållbarhetsredovisningar, utgår från *GRI:s* riktlinjer fanns nämligen endast ett 20-tal svenska organisationer att välja bland. Antalet reducerades ytterligare då vi sorterade verksamheterna efter branschtillhörighet och kvar fanns endast sex företag som även blev föremål för vår studie; *SKF* och *Atlas Copco*, *H&M* och *IKEA* samt *Ericsson* och *TeliaSonera*. Personer som intervjuats har valts utifrån den kunskap de besitter, genom att endast fokusera på personal med ett visst ansvar för den information som presenteras i företagens hållbarhetsredovisningar.

2.5.3 Intervjuteknik

Enligt Andersen (1998, s.161-163) finns ett flertal olika intervjutekniker att använda sig av. Bland annat kan en intervju vara öppen och helt ostrukturerad, där intervjuaren ställer djupa frågor för att få en mer grundlig förståelse för respondentens beteende och personlighet. En intervju kan även vara semistrukturerad, vilket är fallet då den genomförs med hjälp av en planerad intervjuguide med vissa förutbestämda ämnen som skall beröras. Detta kräver att den som utför intervjun har en bred kunskap inom det område som skall behandlas (ibid. s.162).

Våra intervjuer har genomförts utifrån en *semistruktur*, där vi i förväg har utarbetat en frågemall med öppna frågor. Tanken med detta upplägg var att de som intervjuades skulle få uttala sig fritt om hållbarhetsredovisning, men att så skedde inom vissa angivna ramar. Frågorna skickades ut till berörda personer via *e-post* för att dessa skulle kunna svara på dem i lugn och ro. Svar erhöles kort därefter av alla företag förutom *Ericsson* och *SKF*. Med *Atlas Copco* genomfördes intervjun istället via telefon, eftersom företaget hade tidsbrist.

En fördel med en telefonintervju kan vara att forskaren inte kan styra de svar som erhållits av respondenten. Andersen (1998, s.172) hävdar nämligen att det finns risk för att intervjuaren styr samtalet vid ett personligt möte, genom att exempelvis nicka instämmande åt vissa svar och vara mer återhållsam vid andra. Nackdelen med telefonintervjuer kan istället vara att intervjuaren inte har samma möjlighet att tyda om respondenten missförstår en fråga genom dennes ansiktsuttryck (ibid. s.173). För att undanröja denna risk i telefonintervjun med Atlas Copco skickade vi ut frågorna i förväg, så att respondenten hade tid för förberedelser.

Under telefonintervjuns gång användes en mobiltelefon med högtalarfunktion. På så vis hann intervjuaren hålla full koncentration på frågor och följdfrågor, medan medhjälparen förde stödanteckningar. Dessutom skedde en inspelning av samtalet, för att försäkra att intervjun sedan kunde återspeglas på ett korrekt sätt. Materialet som erhöles sammanställdes därefter och skickades ut till berörda respondenter för ett godkännande av att informationen är tillförlitlig. Samtliga parter godkände materialet, med några få önskemål om ändringar som även beviljats i slutresultatet.

2.6 Giltighetsanspråk

Målet för varje studie är att informationen skall uppnå en tillfredsställande grad av *reliabilitet* och *validitet* (Holme & Solvang 1996, s.163). Med validitet menas att forskaren mäter det som i studien avses att mäta (Artsberg 2005, s.170), medan reliabilitet anger graden av hur exakt eller säkert undersökaren mäter oavsett vad denne har planerat att ta mått på (Andersen 1998, s.85). En tillräcklig grad av validitet och reliabilitet kan endast uppnås genom att forskarna regelbundet genomför en kritisk granskning av sig själva (Holme & Solvang 1996, s.163).

Validitet kan uppdelas i två kriterier; *relevans* respektive *tillförlitlighet*. Informationen kan anses vara tillförlitlig om den inte innehåller felaktigheter eller är vinklad åt något håll (Artsberg 2005, s.170). Relevans kan istället

uppnås genom att välja empiri som är relevant för den problemställning som forskaren valt att fokusera på (Andersen 1996, s.85).

Problemet vid kvalitativa studier är inte att få tillgång till giltig information, eftersom forskaren håller en viss närhet till dem som undersöks. Risken finns dock att forskaren uppfattar situationen fel eller inte fullt ut förstår den som intervjuas. Dessutom kan intervjuaren omedvetet skapa förväntningar hos respondenten, vilket kan leda till att denne även betar sig därefter (Holme & Solvang 1996, s.94).

Med hänsyn till ovanstående anser vi att vår studie uppnått en tillfredställande grad av validitet, eftersom en stor del av vår empiri bygger på relativt djupa intervjuer. Sammanställningen av intervjumaterialet skickades dessutom ut till respondenterna för ett godkännande, vilket gör att informationen kan anses vara tillförlitlig. Dock är vi medvetna om att vi kan ha skapat vissa förväntningar hos personen som intervjuats på *Atlas Copco*, exempelvis genom att skicka ut frågorna i förväg. Detta gav visserligen en fördel genom att respondenten hann förbereda sig och därmed kunde ge fullständiga svar. Om frågorna dock var formulerade på ett felaktigt sätt, exempelvis vinklade åt något håll, kan ett sådant förfarande istället ha inneburit att respondenten svarat efter våra förväntningar. Detta försökte vi undvika genom att ställa öppna frågor, som inte var direkt ledande eller vinklade åt ett visst håll. Risken att inte helt förstå den som intervjuas försökte vi undanröja genom att bilda oss en bred kunskap inom hållbarhetsredovisning.

Begreppet *reliabilitet* handlar istället om att uppnå samma resultat vid upprepade mätningar, vilket främst är kopplat till den kvantitativa metoden. Vid kvalitativa undersökningar kan det nämligen vara svårt att ställa samma frågor till en och samma undersökningsenhet och dessutom erhålla liknande svar. Exempelvis har respondentens humör och känslor en stor inverkan på hur svaren blir (Svensson 1996, s.210). Vid kvalitativa studier är det svårt att återskapa den intervju som tidigare skett. Pålitligheten i informationen kan ändå verifieras, genom att de som undersöks är subjekt som själva kan kontrollera intervjumaterialets grad av reliabilitet (Holme & Solvang 1996, s.95).

Reliabilitet kan indelas efter om den är *intersubjektiv* eller *intrasubjektiv*. Intersubjektiv reliabilitet mäter överensstämmelse mellan olika forskares resultat av samma företeelse, medan intrasubjektiv sådan syftar på likheten mellan en och samma forskares resultat (Andersen 1994, s.91).

Då vår studie är kvalitativ är det svårt att säkerställa reliabiliteten genom upprepade mätningar. Istället har vi litat till våra undersökningsenheter,

genom att låta dem verifiera att intervjumaterialet är korrekt. Genom en sådan växelverkan anser vi oss ha uppnått en tillräcklig grad av reliabilitet. Dock finns det alltid en risk för att vi har skapat förväntningar hos dem som intervjuats och att respondenten därför svarat enligt dessa. Detta sänker dessvärre informationens grad av pålitlighet en aning.

En annan risk med vår studie är att den endast omfattar två företag inom varje bransch. Detta kan sänka graden av intersubjektiv reliabilitet, eftersom det ger oss få undersökningsenheter som kan jämföras med varandra i fråga om överensstämmelse. Dessutom saknas resultat från andra, liknande forskningsprojekt att relatera till, varpå intrasubjektiv reliabilitet är obefintlig i vår studie.

3. Teoretisk referensram

I detta kapitel presenteras den teori som ligger till grund för vår empiriska undersökning. Först beskrivs vilket syfte det kan finnas bakom hållbarhetsarbete och redovisningen av detsamma. Därefter presenteras vad som är lagstadgat och vilka frivilliga riktlinjer det finns att välja bland, såväl övergripande som mer specifika sådana. Störst fokus har lagts på innehållet i de riktlinjer som skapats av Global Report Initiative (GRI), då dessa utgör grunden för de hållbarhetsredovisningar vi har granskat. Då vi sett över rapporter från år 2005 är det riktlinjer enligt Generation 2 (G2), utgivna år 2002, som har tillämpats. Trots detta har vi valt att beskriva den nyaste versionen av riktlinjer från år 2006, Generation 3 (G3), och därefter förklara den största skillnaden jämfört med G2. Detta beror på att GRI endast valt att presentera G3 på sin hemsida.

3.1 Företagens syfte med hållbarhetsarbete

I dagens samhälle eftersträvas ständigt en högre levnadsstandard genom en ekonomisk utveckling. Till följd av en snabbt växande folkmängd, intensivt jordbruk och ett ökande antal industriella verksamheter har dock jordens resurser kommit att nå ett kritiskt läge. Detta har bidragit till att vår generation inlett ett aktivt arbete i syfte att skydda jordens resurser och värna om kommande generationer (Larsson 2005, s.245-246).

Även i företagsvärlden har ett sådant arbete påbörjats, genom att ett flertal företagsledningar infört olika system för att styra och följa upp verksamhetens miljömässiga, ekonomiska och sociala påverkan. Detta arbete redovisas i många fall även externt, som tidigare nämnts, genom en så kallad hållbarhetsredovisning (ibid. s.245-247).

Syftet med att redovisa hållbarhetsarbetet externt är att tillgodose intressenternas behov och förbättra företagens anseende (ibid.). Ett ökat intresse för hållbarhet har nämligen medfört att företag fått betydligt svårare att dölja dess agerande, eftersom det bidragit till att ett felaktigt sådant direkt uppmärksammas av media och konsumenter. Dessa samhällsgrupper har därför kommit att få ett stort inflytande på faktorer som varumärke och möjlighet att anställa personal, vilka kan påverkas negativt om företaget inte sköter sig (Fagerfjäll 2001, s.19).

Fagerfjäll (2001, s.17) anser att företag som på något vis kränker de mänskliga rättigheterna alltid får se sitt anseende skadas. I vissa fall sjunker

även borsvärdet och bra personal blir svår att rekrytera respektive behålla inom verksamheten. Företag som istället aktivt arbetar för mänskliga rättigheter får många fördelar, såsom ett starkare engagemang från personalens sida och troligtvis även lägre säkerhetskostnader då ett bra samarbete med exempelvis leverantörer minskar risken för strejker.

3.2 Lagstadgad hållbarhetsredovisning

År 1999 infördes för vissa företag ett krav på att presentera miljöinformation i förvaltningsberättelsen (Balans 2005, nr 4). Detta står att finna i *Årsredovisningslagen* (SFS 1995:1554) 6:e kapitlet § 1, enligt följande formulering:

”Företag som bedriver verksamhet som är tillstånds- eller anmälningspliktig enligt miljöbalken skall alltid lämna upplysningar om verksamhetens påverkan på den yttre miljön”

Med tillståndsplikt menas att ett bolag måste söka tillstånd för att bedriva miljöfarlig verksamhet (Balans 2005, nr 8-9), medan anmälningsplikt handlar om att företaget måste ge information till *Miljö- och byggnämnden* om en planerad eller befintlig miljöfarlig verksamhet. Information skall då lämnas om verksamhetens påverkan på den miljömässiga omgivningen och om skyddsåtgärder vidtas i den utsträckning som miljöbalken kräver (www.kristinehamn.se).

Upplysningskraven gäller endast den miljöpåverkan som företagets tillverkningsprocess har och innefattar således inte produkternas inverkan på miljön. Detta är istället något som många företag frivilligt redovisar (Artsberg 2005, s.377).

Årsredovisningslagen innehåller även särskilda upplysningskrav angående ett företags personal. Bland annat skall, enligt 5:e kapitlet § 18, information lämnas om antalet anställda fördelat på andel män och kvinnor. Sedan 2002 skall dessutom sjukfrånvaro presenteras särskilt av företaget enligt 5:e kapitlet § 18a (ibid. s.365-366).

3.3 Frivilliga övergripande riktlinjer

Kravet på att företag skall ta ett socialt ansvar för människor och miljö har sitt ursprung i gemensamma värderingar. Dessa uppfattningar manifesterades första gången av *Förenta Nationerna* (FN) år 1948 genom en allmän förklaring av de mänskliga rättigheterna. Enligt denna skall

exempelvis alla arbetare ha rätt till tillfredsställande arbetsförhållanden och en rättvis ersättning (Larsson 2005, s.130-141).

År 2003 presenterade FN även särskilda normer för företagens ansvar gällande mänskliga rättigheter. Normerna är en sammanställning av olika människorättskonventioner som har anpassats till ett företagsperspektiv. Enligt många intressenter är dessa normer en bra vägledning för vilket ansvar företagen har (ibid.).

Det förekommer även andra uppföranderegler för hur företagen skall agera etiskt och socialt ansvarsfullt. Allt fler företag och även myndigheter har nämligen kraftsamlat kring olika värderingar som kan utgöra bra riktlinjer för att lösa hållbarhetsproblemen. Riktlinjerna som tagits fram är frivilliga, men bygger till viss del på lagstiftning och andra tvingande regler (ibid.).

Global Compact är ett exempel på riktlinjer för verksamheter. Detta initiativ skapades av FN år 2000 i syfte att få världens företag att bidra till hållbar utveckling. Utifrån bland annat FN:s deklaration om mänskliga rättigheter utvecklades nio principer som företagen skulle följa i sin verksamhet (Löhman & Steinholtz 2003, s.22). Idag finns tio principer inom områdena mänskliga rättigheter, arbetskraft, miljö och korruption. Exempelvis skall företaget, enligt den sjätte principen, motarbeta diskriminering på arbetsplatsen (www.unglobalcompact.org).

OECD:s riktlinjer för multinationella företag är ett annat exempel på frivilliga rekommendationer som antogs redan år 1976. Riktlinjerna har förhandlats fram i samarbete med representanter från fackföreningar, arbetsgivare och enskilda organisationer och sammanfattas i tio punkter. Exempelvis skall ett företag, enligt första punkten, bidra till en ekonomisk, social och miljömässig utveckling för att uppnå en hållbar utveckling. Ett flertal länder har anslutit sig till *OECD:s riktlinjer*, så även den svenska regeringen som har åtagit sig att främja dessa punkter genom initiativet *Globalt Ansvar* (www.regeringen.se A).

Globalt Ansvar är ett initiativ som skapats av Regeringen. Initiativet har som målsättning att engagera svenska företag i mänskliga rättigheter, ekonomiska och sociala villkor samt en bra miljö. Företag som ansluter sig till *Globalt Ansvar* följer automatiskt även *Global Compact* och *OECD:s riktlinjer* (www.regeringen.se B).

Även organisationen **Amnesty Internationals**, som arbetar för mänskliga rättigheter, har presenterat uppföranderegler för företagens ansvar. Riktlinjerna handlar om att främja de mänskliga rättigheterna och behandlar

exempelvis tvångsarbete, barnarbete samt hälsa och säkerhet i arbetet (Larsson 2005, s.156-157).

International Labour Organization (ILO) har slutligen bland annat utgivit åtta grundläggande konventioner gällande tvångsarbete, föreningsfrihet, skydd för organisationsrätten och den kollektiva förhandlingsrätten, lika lön, tvångsarbete, diskriminering, minimiålder och barnarbete. Organisationen är ett initiativ av FN och har som syfte att skapa anständiga arbetsförhållanden (Larsson 2005, s.132).

Utöver dessa riktlinjer finns även rena miljörekommendationer. Ett exempel på detta är **ISO 14001**, ett miljöledningssystem enligt vilket företag inom olika branscher kan certifiera sig. Det som krävs för certifiering är att företaget kan uppvisa att det har full kontroll över dess miljöpåverkan. Verksamheten måste även kunna uppvisa en plan som visar att företagets miljöpåverkan reduceras (Löhman & Steinholtz 2003, s.165).

Enligt Larsson (2005, s.164) är riktlinjer som *Global Compact*, *OECD* och *Globalt Ansvar* endast övergripande och måste därför kompletteras med verksamhetsspecifika och mer detaljerade regler.

3.4 Frivilliga specifika riktlinjer

Det finns ett antal etablerade och mer specifika standarder för arbetet med socialt och miljömässigt ansvar. På redovisningsområdet finns bland annat riktlinjer utgivna av *Global Report Initiative* (GRI), vilka tidigare nämnts under problemformuleringen. Det finns även en standard för genomförande, redovisning och revision av etiskt företagande, *AccountAbility 1000* (AA 1000). Detta ramverk handlar om att hålla en dialog med intressenterna och engagera dem i utvecklandet av riktlinjerna (Larsson 2005, s.182). Nedan följer en närmare beskrivning av dessa två ramverk.

3.4.1 AccountAbility 1000 (AA 1000)

AccountAbility är en icke vinstdrivande organisation som grundades år 1995 för att uppmuntra nytänkande inom redovisning och ett mer ansvarsfullt företagande. Organisationen har därför grundat *AccountAbility 1000* serien (AA1000) (www.accountability21.net). Denna serie innehåller riktlinjer och standarder som skall fungera som en bas för att förbättra hållbarhetsarbetet hos företag. Riktlinjerna är utvecklade för att passa tillsammans med olika standarder inom området, såsom *GRI*. Organisationen

utvecklar nämligen inga standarder inom områden där det redan finns fungerande standarder (www.accountability21.net B)

AA 1000 är utvecklad för att förbättra företagets redovisning och agerande genom att ta lärdom från intressenterna. Syftet med ramverket är att integrera användarnas engagemang i verksamhetens dagliga aktiviteter, genom att låta dessa påverka de indikatorer, mål och redovisningssystem som företaget väljer för verksamheten (Löhman & Steinholtz 2003, s.162).

AccountAbility har även lanserat en standard för granskning och bestyrkande av hållbarhetsredovisningar, *AccountAbility 1000 Assurance Standard* (AA1000AS) (Balans nr 5 2003).

3. 4.2 Global Reporting Initiative (GRI)

År 1998 inleddes ett projekt i Boston för att skapa möjligheter att kunna mäta och redovisa hållbar utveckling. Projektet, som kallades *Global Reporting Initiative* (GRI), var ett samarbete mellan större företag, myndigheter och andra grupper som tillsammans bidrog till att det år 2000 gavs ut riktlinjer för redovisning av ekonomiskt, miljömässigt och socialt ansvar (Löhman & Steinholtz 2003, s.161).

GRI är idag en icke vinstdrivande organisation, som är uppbyggd av ett nätverk mellan företag, investerare, revisorer och andra intressenter. Organisationen har som mål att redovisning av hållbarhet skall vara lika rutinmässigt och jämförbart som finansiell rapportering. GRI arbetar ständigt med att utveckla och förbättra riktlinjerna för att säkerställa relevans, trovärdighet och teknisk kvalitet (www.globalreporting.org A).

GRI:s riktlinjer kan användas av alla företag oavsett storlek, bransch och läge. En del företag använder riktlinjerna i sin helhet, medan andra inleder med de aspekter som anses viktigast och utökar användningen efterhand. Företagets tillämpningsgrad kan indelas i tre nivåer, A, B och C, vilka möter de olika behoven hos alltifrån nybörjare till de mest avancerade användarna. Syftet med riktlinjerna är att intressenter skall kunna göra jämförelser av hållbarhetsredovisningar som utformats enligt GRI, detta både inom och mellan företag (Sustainability Reporting Guidelines , s.2-5).

Ramverket

GRI gav ut ett första förslag till ramverk år 1999, som sedan har uppdaterats vid två tillfällen. Första uppdateringen skedde år 2002, då riktlinjerna som ingår i ramverket omdöptes till *Generation 2* (G2). År 2006 uppdaterades

riktlinjerna ytterligare en gång, denna gång till *Generation 3* (G3), som gäller än idag (Larsson 2005, s.236).

GRI:s ramverk består av tre delar; **Riktlinjer** (Guidelines), **Protokoll** (Protocols) och **Branschspecifika supplement** (Sector Supplements) (www.globalreporting.org B).



Figur 1: G3 Reporting Framework
(Källa: www.globalreporting.org)

GRI:s riktlinjer enligt *G3* utgör en grund för all rapportering av företagets hållbarhetsarbete (www.globalreporting.org B). Dessa innehåller *Principer* och *Vägledning* för hur hållbarhetsredovisning skall utföras, men även så kallade *Standard disclosures*¹ (Sustainability Reporting Guidelines, s.3).

Principer beskriver vilket resultat rapporteringen skall uppnå och hjälper till vid olika beslut, såsom att välja vilka indikatorer som skall redovisas. Principerna kan indelas i två olika områden. Dels finns principer för att avgöra vilka ämnen och indikatorer som skall ingå i hållbarhetsredovisningen och dels finns principer för att säkra kvaliteten hos den information som rapporteras, såsom jämförbarhet och trovärdighet. Under varje princip följer en definition och en förklaring av begreppet, men även lämpliga tester som företaget kan göra för att bedöma dess situation (ibid. s.6).

¹ Disclosure kan översättas med öppenhet, avslöjande, uppenbarande

Vägledning för rapporteringen beskriver vilka handlingar som kan vidtas och vilka valmöjligheter som finns att beakta då företagen beslutar vad som skall rapporteras. Detta hjälper företaget att sätta upp gränser för innehållet i hållbarhetsredovisningen (ibid.).

Standard disclosures indelas i tre olika områden; Strategi och profil, Management approach samt Prestandaindikatorer (ibid. s.5).

Enligt området Strategi och profil skall företaget ge en beskrivning av organisationen och dess prestationer, såsom strategi och styrning (ibid. s.19).

Området Management approach syftar istället till att ge information om företagets förhållande till miljö, socialt ansvar och ekonomi. Bland annat kan företaget ge en presentation av vilka mål och prestationer som finns. Information kan även ges om företagets policys, åtaganden och andra viktiga aspekter, såsom företagsrisker och vilka möjligheter som finns inom de tre hållbarhetsaspekterna (ibid. s.27).

Enligt området Prestandaindikatorer skall företaget ge jämförbar information genom att presentera olika indikatorer inom områdena miljö, socialt ansvar och ekonomi (Ibid. s.19). Dessa kan indelas efter om de är kvantitativa² eller kvalitativa³. En indikator kan även sorteras efter om den är generellt användbar, såsom total förbrukning av resurser, eller mer specifik för företaget, såsom användning av förpackningar. Generella indikatorer tillåter läsarna att göra jämförelser, inte bara inom företaget utan även mellan olika verksamheters hållbarhetsredovisningar. Exempel på en ekonomisk indikator är nettoomsättning, medan personalomsättning utgör en social indikator. Miljöindikatorer kan istället vara utsläpp av koldioxid eller energiförbrukning (Larsson 2005, s.258-259).

Protokoll finns inkluderat i ramverket för att ge vägledning för den som rapporterar. Exempelvis finns protokoll för respektive indikator, så kallade *indicatorsprotokoll*, som ger hjälpan information till användarna genom bland annat definitioner. Det finns även *tekniska protokoll*, som ger vägledning vid problem under processens gång såsom att sätta gränser för vad som skall ingå i rapporten (Sustainability Reporting Guidelines, s.4).

Branschspecifika supplement utgör en vägledning för hur företag skall applicera riktlinjerna i den bransch de verkar i. Dessa ersätter inte de övergripande riktlinjerna, utan är mer ett komplement för att möta de unika

² Mått är en kvantitativ indikator

³ Policys och olika handlingsprogram är kvalitativa indikatorer

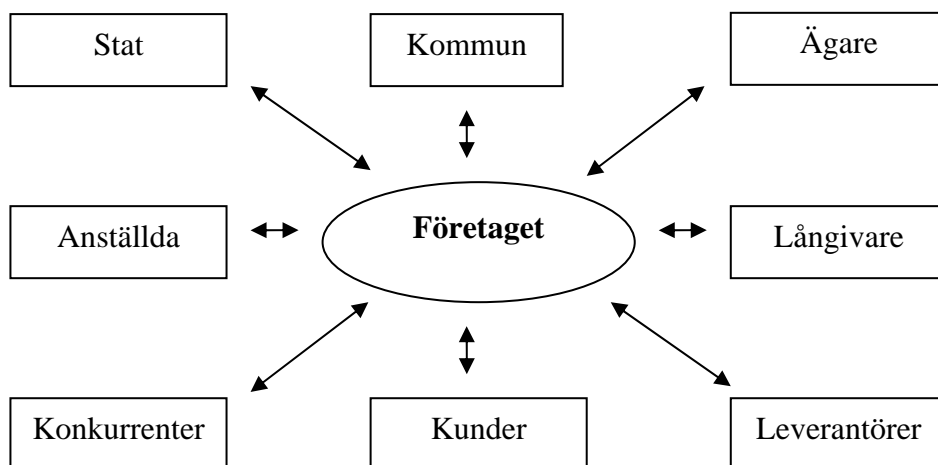
behov som finns inom olika branscher. Bland annat finns, under detta område, särskilda indikatorer som är mer branschspecifika (ibid.).

Uppdateringar från G2

Enligt *GRI* har ett flertal ändringar skett sedan 2002 års version, *G2*. Den främsta förändringen är att principerna har fått betydligt större utrymme och numera spelar en avgörande roll för att bestämma innehåll och uppnå kvalitet i rapporten. I och med uppdateringen innehåller varje princip en definition och ett antal tester som skall utföras av företagen själva, vilket inte funnits i *G2* (www.globalreporting.org C).

3.5 Intressentteorin

Det finns ett flertal teorier som förklarar utövandet av hållbart ansvarstagande. En av dessa är intressentteorin som fokuserar på samspelet mellan organisationen och dess omgivande intressenter. En intressent kan beskrivas som en person som påverkar eller påverkas av företagets agerande (Gray et al. 1996, s.45). Exempel på sådana personer är ägare, långgivare, leverantörer och kunder, konkurrenter, anställda samt stat och kommun (Smith 2006, s.18-22). Figur 2 nedan illustrerar detta.



Figur 2: Samspelet mellan företaget och dess intressenter
(Källa: egen figur)

Det finns två varianter av intressentteori, men då vi anser att endast en av dessa är relevant för vår studie har vi valt att beskriva denna. Enligt denna variant av teorin identifieras intressenter som är viktiga för företaget i syfte att hitta ett fungerande samspel med dessa. Målet är att intressenternas intresse för organisationen skall upprätthållas och störst ansträngningar läggs ned på de intressenter som anses vara mest betydelsefulla. Ett sätt för företaget att vinna stöd och acceptans hos dessa grupper är genom traditionell redovisning och rapportering av hållbar utveckling. I värsta fall kan företagen försöka vinna detta stöd via manipulation, genom att företagen försöker avleda intressenterna från känsliga områden och istället belysa mer positiva aspekter (Gray et al. 1996, s.46).

3.6 Legitimitetsteorin

Legitimitetsteorin är en vidareutveckling av den variant av intressentteorin som nämndes ovan. Enligt denna teori kan organisationer endast fortsätta verka om dessa tillämpar och rättar sig efter samhällets värderingar. Om företagen misslyckas med denna anpassning till omgivningen kan deras legitimitet hotas. Detta är något som sker då organisationer är föremål för diverse uppmärksammade företeelser, såsom ekonomiska, sociala eller miljörelaterade skandaler. Då detta inträffar har företaget fyra möjliga alternativ för att behålla sin legitimitet:

1. Företaget kan för omgivningen visa sina planer på att förbättra uppförande och prestationer
2. Organisationen kan försöka förändra intressenternas negativa uppfattning för att undgå att förändra sitt eget agerande.
3. Företaget kan avleda intressenternas uppmärksamhet från den aktuella händelsen genom att rikta denna mot något mer positivt som inte är relaterat till händelsen i fråga.
4. Organisationen kan försöka förändra omgivningens förväntningar på företags prestationer (Gray et al. 1996, s.46).

Gray et al. (1996, s.47) menar att dessa strategier kan ge viktiga insikter om hur företaget valt att lägga fram sin hållbarhetsinformation. Exempelvis kan strategierna visa på hur organisationerna valt att framhäva positiva prestationer framför negativa sådana.

Ett exempel på när den tredje strategin har tillämpats i praktiken är då hela industribranschen involverades i en miljöskandal på 90-talet. Det började med olyckor hos organisationer som Union Carbide och Exxon som även gav negativ publicitet åt oskyldiga företag inom branschen. Skandalerna medverkade därför till att dessa företag gav sig in i en miljödebatt, som

tidigare endast styrts av intresseorganisationer. Debatten gav de oskyldiga företagen en chans att visa sitt ansvarstagande i en svår miljöfråga, men gav också en möjlighet att styra debatten till andra, mindre känsliga frågor (Balans 2005, nr 11).

3.7 Röster om frivilligheten

Som nämndes i problemdiskussionen är många teoretiker eniga om att frivilligheten att hållbarhetsredovisa leder till att företagens rapporter skiljer sig åt på ett eller annat sätt.

Kristina Artsberg (2005, s.377) menar att frivilligheten i redovisningen medför att miljöprestationerna rapporteras i olika omfattning. Hon nämner även studier som visar att företag hellre visar positiva framsteg framför negativa miljöaspekter. Även Pontus Cerin håller med om detta resonemang, då han i tidningen Balans (2005, nr 11) ger exempel på företag som tar upp positiva aspekter men försöker avleda från mer svårlösta och känsliga miljöfrågor. Han menar att det därför kan *”vara svårt att utifrån bedöma företagets miljöprestanda och hur de hanterar sociala frågor”*.

Även Bergström (2006, s.166) anser att det saknas ett tydligt mönster mellan företagens rapporter. Han talar då dock inte enbart om miljöredovisning, utan syftar på hållbarhetsrapportering i stort. Larsson (2005, s.247) menar istället att företagen väljer att ta upp liknande frågor i hållbarhetsredovisningarna, men att dessa ändå är svåra att jämföra eftersom det saknas ett allmänt accepterat och använt ramverk.

4. Empiri

I detta kapitel beskrivs vårt granskningsarbete av företagens hållbarhetsredovisningar. Inledningsvis presenteras respektive företag i korthet och därefter följer en sammanfattning av organisationernas hållbarhetsarbete, såsom prestationer gällande miljö och socialt ansvar samt de indikatorer som presenteras respektive utelämnas. Slutligen presenteras det intervjumaterial vi insamlat från respektive företag, förutom Ericsson och TeliaSonera som valde att inte delta.

4.1 Industribranschen

Här följer en sammanfattning av de två företagen inom industribranschen, nämligen SKF och Atlas Copco. De indikatorer som företagen valt att presentera har vi sammanställt i en tabell, vilken ligger som bilaga 1. Denna har vi dessutom gjort en kort sammanfattning av nedan. För mer information om indikatorer se prestandaindikatorer under teorin.

4.1.1 SKF

SKF utgör en världsledande leverantör av produkter och kundanpassade lösningar inom områdena rullningslager, smörjsystem, tätningar och mekatronik. Koncernen erbjuder dessutom tjänster i form av teknisk support, underhållsservice och utbildning.

SKF är indelad i tre divisioner efter vilka kunder som betjänas; *Industrial division* som ger service åt industriella kunder, *Service division* som servar den industriella eftermarknaden samt *Automotive Division* som ger service åt kunder inom fordonsindustrin (www.skf.com A).

Verksamhetens vision är att förse världen med kunskap, medan affärsidén handlar om att stärka SKF:s globala ledarskap och bibehålla en lönsam tillväxt. Det som eftersträvas är att vara det företag som väljs av kunder, distributörer, anställda och aktieägare (www.skf.com B).

Hållbarhetsredovisning 2005

Inom SKF ligger ansvaret för hållbarhetsfrågor hos varje enskild division, vilket i sin tur övervakas av avdelningen för hållbarhet, *Corporate Sustainability*. För varje land där företaget har tillverkning eller logistik finns även en landskoordinator, som övervakar miljö-, hälso- och säkerhetsfrågor.

Vissa av SKF:s enheter, såsom tillverkning och logistik, är idag certifierade enligt miljöledningssystemet *ISO 14001*. Hela koncernen är dessutom certifierad enligt den internationella standarden för arbetsmiljöledningssystem (*OHSAS18001*). Syftet med en sådan certifiering är att säkerställa att företaget har en hög standard gällande hälsa- och säkerhetsledning. Certifieringen är dessutom ett led i SKF:s satsning på initiativet *Noll olyckor*, vars mål är att hålla arbetsplatsen fri från arbetsrelaterade sjukdomar och skador.

Företaget är bland annat medlem i *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), en sammanslutning bestående av internationella företag med ett engagemang för hållbar utveckling. SKF stödjer dessutom *Global Compact*, *OECD:s riktlinjer* för multinationella företag och *ILO-deklarationen* för multinationella företag.

SKF:s hållbarhetsredovisning för år 2005 upptar 13 sidor och är baserad på GRI:s riktlinjer, vilket har varit fallet sedan år 2000 gällande företagets miljömässiga arbete. Redovisningen av socialt ansvar tillades däremot först året därpå (SKF:s hållbarhetsredovisning 2005, s.107-109).

Miljöredovisning

Gällande miljöpåverkan fokuserar SKF främst på att rapportera företagets användning av energi och naturresurser. Målet är att ständigt förbättras i detta avseende. Redovisningen av miljön tillägnas fyra sidor och har framförallt indelats i områdena *Produkter och tjänster*, *Energi och kolväteanvändning*, *Material*, *Vatten*, *Avfallshantering* samt *Efterlevnad*.

Produkter och tjänster fokuserar på att SKF:s lager har en positiv inverkan på miljön. Vid användning av lagret reduceras nämligen energiåtgången genom att friktionen, som krävs för rotation och rörelse, har minskats. I sin tur bidrar detta till en reducerad förbrukning av fossila bränslen och minskade utsläpp av bland annat den negativt miljöpåverkande växthusgasen koldioxid.

Energi och kolväteanvändning lämnas mest utrymme i miljöredovisningen och berör framförallt företagets koldioxidutsläpp. Under år 2001 genomfördes en livscykelanalys av *Chalmers tekniska högskola* för att utvärdera miljöpåverkan av företagets produkter och tjänster. Denna visade att SKF:s främsta källa till koldioxidutsläpp var energianvändningen och att dessa främst genererades av energileverantörerna. Under år 2005 ökade produktionsvolymen med en procent samtidigt som utsläppen av koldioxid minskade med sju procent. Orsaken till denna reduktion var bland annat att energieffektiviteten förbättrades, men även att en utbytestransaktion av en energiintensiv enhet ägde rum.

Under rubriken ovan nämns även att SKF arbetar med en strategi, *BeyondZero*, som handlar om att verksamheten skall ge en positiv påverkan på miljön. Förbättrade miljöresultat skall inte enbart uppnås genom att minska på företagets utsläpp, utan målet är att detta är något som även skall åstadkommas vid kundernas användning.

Material tillägnas ett kort stycke. Bland annat berörs att det råmaterial som används för lager och tätningar till största delen består av återvunnet stål.

Vattenförbrukning berör endast att företagets användning av vatten har minskat, medan *Avfallshantering* tar upp att merparten av metallskroten från verksamheten återvinns. Avslutningsvis beskrivs även SKF:s miljömässiga *efterlevnad* (SKF:s hållbarhetsredovisning 2005, s.110-113).

Social redovisning

Även den sociala redovisningen tillägnas fyra sidor. Rapporteringen av socialt resultat har indelats i områdena *Medarbetare* samt *Hälsa och säkerhet*.

Under rubriken *Medarbetare* berörs att SKF College erbjuder utbildning för att utveckla anställda. Bland annat har företaget en utbildning för chefer som har potential att utvecklas till att bli internationella ledare. Dessutom beskrivs företagets engagemang i olika lokala projekt. Exempelvis stödjer SKF-enheten i Argentina ett barnsjukhus i Buenos Aires.

Under samma rubrik nämns även att SKF har utvecklat etiska riktlinjer för affärsetik, vilka omfattas av det ansvar företaget har gentemot de anställda. Exempelvis behandlas viktiga frågor gällande mänskliga rättigheter, lika möjligheter, hälsa och säkerhet. SKF eftersträvar framförallt mångfald hos medarbetarna.

Hälsa och säkerhet tar upp initiativet *Noll olyckor*, som redan nämnts ovan. SKF anser att det inte är acceptabelt att endast försöka minska antalet olyckor, utan målet är att det inte skall ske några olyckor överhuvudtaget på företaget. Hela 55 av företagets 192 enheter uppnådde denna målsättning under år 2005 (SKF:s hållbarhetsredovisning 2005, s.114-117).

Indikatorer

SKF hade ett index över vilka GRI indikatorer som användes och vart dessa kunde finnas. Dock var indikatorerna något diffust beskrivna. Exempelvis var beteckningen EC3 endast benämnd som leverantörer trots att denna hade en mer specifik betydelse, nämligen kostnad för inköpta varor. I vår

presentation av indikatorer nedan har vi endast berört de indikatorer som SKF presenterat i detta index (tabell över indikatorer finns i bilaga 1).

Vad gäller miljöindikatorer har SKF presenterat nio av totalt 19 stycken. Bland annat presenteras förbrukning av material, energi och vatten, utsläpp av växthusgaser och betydande miljöpåverkan av produkter och tjänster. Förutom detta presenteras ozonförstörande ämnen endast delvis i samstämmighet med GRI, vilket i sin tur leder till att 9,5 indikatorer redovisas (50 %).

21 av 26 stycken sociala indikatorer presenteras, vilket motsvarar närmare 81 procent. Flest indikatorer finns för arbetskraft, där alla utom en presenteras. Även mänskliga rättigheter och samhällsansvar är kompletta. Den enda delgruppen inom det sociala området som inte var fullständig var produktansvar, där endast kunders hälsa och säkerhet presenterades.

Sammanfattning av intervju med Sim Tee Lam, SKF

Vi kontaktade Bengt-Olof Hansson, vice VD för företagets hållbarhetsavdelning (Sustainability management), och fick svar från Sim Tee Lam som arbetar som Communication Manager inom hållbarhet. Via mail ställde vi tio frågor, vilka vi bifogat som bilaga 2, som besvarades den 26/4 år 2007. Nedan följer en sammanfattning av de svar vi fick från Lam.

Enligt Sim Tee Lam har SKF haft en miljöpolicy sedan år 1989, men det var först år 1994 som företaget gav ut sin första miljörapport. År 2001 tillades även social och ekonomisk redovisning och året därpå integrerades hållbarhetsredovisningen i företagets årsredovisning. SKF började hållbarhetsredovisa för att få en förståelse för företagets insatser och för hur agerandet kunde förbättras. Sedan år 1998 har hållbarhetsrapporterna blivit bestyrkta av en extern part.

GRI:s riktlinjer har tillämpats sedan år 2001. Anledningen till detta är, enligt Lam, att företaget önskade förbättra rapporteringen och för att erbjuda intressenterna en jämförbar redovisning. Lam bekräftar även att graden av användning har ökat sedan introduktionen.

Redovisningen av hållbarhetsarbetet tar mycket tid och resurser i anspråk. Lam menar att alla områden inom ämnet är lika viktiga för SKF, både för att företaget skall kunna förbättras och för att få en fungerande kommunikation med intressenterna.

SKF rapporterar miljömässiga och sociala indikatorer årligen. Vissa indikatorer, såsom energikonsumtion, koldioxidutsläpp och olyckor bland

anställda mäts dock kvartalsvis. En del avdelningar rapporterar koldioxid och noll olyckor månadsvis, men detta är inget krav.

På frågan om vilket område företaget har kommit längst med svarar Lam miljöansvar, eftersom detta var det område inom hållbarhet som rapporterades först hos SKF. Han tillägger dock att även den sociala redovisningen har förbättrats sedan introduktionen. För att ständigt utvecklas identifieras viktiga områden där ansträngningar behövs. När en tillfredsställande nivå har uppnåtts fokuserar SKF istället på förbättringar inom andra områden.

Lam anser att innehållet i redovisningen bestäms genom att avgöra vilken inverkan företaget har på den sociala och miljömässiga omgivningen. Exempelvis genomförs livscykelanalyser för att se vilken miljöpåverkan SKF har. En annan aspekt som inverkar på innehållet är intressenterna, eftersom dessa är eller kan bli påverkade av företagets agerande. SKF försöker därför ständigt kommunicera med dess intressenter för att förstå deras förväntningar och i slutändan också förbättra verksamhetens agerande. På frågan om konkurrenternas delaktighet i vad som rapporteras menar Lam att dessa inte påverkar innehållet nämnvärt. Däremot finns en möjlighet för företaget att förbättras genom att se på andra branscher och företag, såsom svenska multinationella verksamheter.

4.1.2 Atlas Copco

Atlas Copco är en världsledande leverantör av produkter och tjänster som är utvecklade för att öka produktiviteten inom industrin. Företaget erbjuder bland annat luft- och gaskompressorer, gruv- och anläggningsutrustning samt industriverktyg och monteringsystem. Förutom försäljning handhas även tjänster såsom uthyrning och eftermarknad i form av service, underhåll och utbildning (www.atlascopco.se A).

Företagets vision är att vara förstahandsvalet hos kunder och andra viktiga intressenter, eftersom *Atlas Copco* eftersträvar att vara ledande (www.atlascopco.se B). För att uppnå denna vision arbetar företaget bland annat med att stärka eftermarknaden och investera i forskning och utveckling (www.atlascopco.se C).

Hållbarhetsredovisning 2005

Atlas Copco beskriver sitt sociala engagemang och ansvar genom företagets affärskod, som bland annat innehåller riktlinjer för miljö, mångfald, hälsa och säkerhet. För att stödja implementeringen av dessa riktlinjer i

verksamheten har företaget, under år 2005, utvecklat vägledande dokument och utbildningsmaterial.

Ett flertal av verksamhetens tillverkningsenheter är certifierade enligt miljöledningssystemet *ISO 14001*. Under år 2005 uppgick antalet certifieringar till 85 procent av denna typ av enheter, vilket kan jämföras med föregående år då antalet uppgick till 82 procent.

Sedan år 2005 är Atlas Copco medlem i *Amnesty Business Group*. Företaget stödjer dessutom *FN:s allmänna förklaring om de mänskliga rättigheterna*, *Global Compact*, *OECD:s riktlinjer* för multinationella företag samt *Internationella Arbetsgivarorganisationens (ILO) förklaring* om grundläggande principer och rättigheter på arbetsplatsen.

Hållbarhetsredovisningen år 2005 omfattas av 13 sidor och har utformats i enlighet med vissa områden av GRI:s riktlinjer. Gällande företags miljöprestanda rapporteras endast den miljöpåverkan som är relevant för företaget och dess produkter (Atlas Copcos hållbarhetsredovisning 2005, s.84-85).

Miljöredovisning

Rapporteringen av miljöresultatet tillägnas fyra sidor och behandlar framförallt områdena *Produktionsenheter*, *Maskinuthyrning* samt *Produkter och service*.

Produktionsenheter tar upp företags energiförbrukning. Rubriken fokuserar även på koldioxidutsläpp, vattenförbrukning, förpackningar och avfall, som alla minskade i absoluta tal på grund av miljöförbättrande åtgärder. Exempel på sådana är en effektivisering av transporter, genom en förflyttning av vissa tillverknings- och distributionsenheter.

Maskinuthyrning behandlar affärsområdet med samma namn, eftersom detta skiljer sig från övriga affärsområden genom att det saknar produktion och montering. Det som presenteras är affärsområdets koldioxidutsläpp, vilket minskade på grund av effektivare transportsystem. Dessutom nämns att företags vattenförbrukning har ökat betydligt, medan energiförbrukningen steg på grund av ökad försäljning. Även den totala mängden av miljöfarligt avfall steg under året, trots att tvättar utan lösningsmedel installerades.

Produkter och Service fokuserar på miljöpåverkan vid utformning, tillverkning och användning av företags produkter. Enligt livscykelanalyser orsakas störst miljöpåverkan under produkternas livscykel av energiförbrukning, oljespill, buller och damm. Atlas Copco strävar efter att bli marknadsledande när det gäller minskat buller, mindre vibrationer och

lägre energiförbrukning. Företaget har därför tagit fram ett antal produkter som minskar påverkan på miljön. Försäljning och marknadsföring av oljefria kompressorer med reglerbar hastighet är ett led i denna satsning (Atlas Copcos hållbarhetsredovisning 2005, s.88-91).

Social redovisning

Atlas Copcos ansvar för sociala aspekter sammanfattas med fyra sidor och fokuserar främst på medarbetarna genom att eftersträva en säker och hälsosam arbetsmiljö. Det sociala resultatet har i stort indelats i områdena *Mänskliga rättigheter och affärsetik, Hälsa, Säkerhet och välmående, Kompetensutveckling* samt *Rättvisa och mångfald*.

Mänskliga rättigheter och affärsetik visar att företaget inte accepterar barn- eller tvångsarbete. Diskriminering är dessutom något som motarbetas, medan jämställdhet och mångfald eftersträvas.

Hälsa, säkerhet och välmående får mest utrymme i den sociala redovisningen och handlar om att arbetsplatsen skall vara säker och hälsosam. Såväl sjukfrånvaron som arbetsrelaterade olyckor minskade under år 2005. Utöver detta nämns att Atlas Copco bland annat stödjer anställda med HIV/Aids i Sydafrika med bromsmediciner och rådgivning.

Kompetensutveckling berör företagets utbildning av anställda, som ökade i omfattning under år 2005.

Rättvisa och mångfald handlar slutligen om att medarbetarna skall ha lika förutsättningar samt att mångfald är något som eftersträvas. Bland annat finns det krav på att det måste finnas minst en kvinnlig kandidat vid anställning av universitetsexaminerade och chefer.

Förutom ovannämnd finns ett flertal sociala projekt som Atlas Copco stödjer, bland annat Vatten åt alla, stöd till yrkesfiskare i Kenya och till lokala projekt för att hjälpa barn (Atlas Copcos hållbarhetsredovisning 2005, s.92-95).

Indikatorer

Atlas Copco har inget fullständigt index över vilka indikatorer som presenterats. Istället finns en innehållsförteckning utformad i enlighet med GRI, där sidhänvisningar till miljömässiga, sociala och ekonomiska indikatorer finns. Dock saknas beteckning och titel för respektive indikator i innehållsförteckningen, vilket försvårade vårt granskningsarbete. Det finns därför en oundviklig risk för att vi missat viktiga indikatorer (tabell över indikatorer finns i bilaga 1).

Atlas Copco presenterar sitt miljöresultat med åtta stycken indikatorer av totalt 19 sådana, vilket omfattar 42 procent. Indikatorer som presenteras är främst energi- och vattenförbrukning, utsläpp av växthusgaser, avfall, bensin-, olje- och kemikaliespill samt betydande miljöpåverkan från varor och tjänster.

Sociala indikatorer som tas upp är totalt 17 av 26 stycken, vilket motsvarar cirka 65 procent. Gällande arbetskraften rapporteras exempelvis indikatorer som arbetsrelaterade olyckor och sjukdomar, policys för HIV/AIDS och antalet utbildningstimmar i medeltal. Företaget presenterar dessutom ett stort antal indikatorer som berör mänskliga rättigheter, såsom policys för mänskliga rättigheter, diskriminering, barnarbete och tvångsarbete. Utöver detta finns även indikatorer gällande samhällsansvar, såsom policys för korruption och mutor.

Sammanfattning av intervju med Annika Berglund, Atlas Copco

Vi kontaktade Annika Berglund, senior vice president inom Corporate Communications på Atlas Copco. Via mail ställde vi tio frågor, men på grund av tidsbrist uppbokades en telefonintervju. Denna genomfördes den 2/5 år 2007 via mobil med högtalarfunktion, vilket dessutom spelades in för att säkert fånga upp hela intervjun. Nedan följer en sammanställning av de svar vi erhöll av Annika Berglund.

Atlas Copco har arbetat med hållbarhetsfrågor ända sedan 40-talet. Enligt Berglund är detta dock något som *"alltid har funnits i själen"* hos företaget. Företaget utför ingen extern revision av hållbarhetsredovisningen.

Verksamheten har tillämpat GRI:s riktlinjer för rapporteringen av hållbarhet i fem till sex år. Anledningen till att dessa valdes var att riktlinjerna var de enda som fanns tillgängliga, såvida inte företaget ville utveckla egna riktlinjer. Till en början kritiserades GRI:s riktlinjer av fondförvaltare, som ansåg att frivilligheten bidrog till att företagen fritt kunde välja vad de presenterade. Annika Berglund hävdar dock att fondförvaltarna har ändrat åsikt, då de idag anser att GRI:s riktlinjer förenklar informationssökandet i rapporterna. Hon anser vidare att användningsgraden av riktlinjerna automatiskt har ökat sedan introduktionen, eftersom företaget har anpassat sig efter GRI:s uppgraderade riktlinjer G2 och nu senast även till G3.

På frågan om hur mycket tid och resurser som läggs ned på hållbarhet gissar Berglund att det rör sig om cirka 300 manstimmar. Hon tillägger dock att detta är svårt att uttala sig om, särskilt som det nu krävs ett antal extra personer för att hantera de nya uppdateringarna från GRI, G3. Enligt Berglund fokuserar företaget på områdena miljö, hälsa och säkerhet.

Atlas Copco har inom hållbarhetsarbetet kommit längst med arbetet med miljöansvar, vilket bevisas genom att hela 92 procent av företagets tillverkningsenheter världen över är certifierade enligt ISO 14001. Berglund nämner, i sammanhanget, även att företagets produkter idag konsumerar betydligt mindre energi än tidigare generationer.

Innehållet i företagets hållbarhetsredovisning styrs till stor del av GRI:s regelverk. Dock tillägger Berglund att rapporterna inte är strukturerade i enlighet med dessa riktlinjer, utan snarare efter verksamhetens intressenter. Främst rör detta kunder, medarbetare och ägare, eftersom en nära kommunikation hålls med sådana användare. Miljö- och människorättsorganisationer nämns också som en inverkan intressent.

Företaget anses även ha påverkats av andra företag. Atlas Copco har bland annat betraktat vad dessa presenterat respektive utelämnat samt inspirerats av det som ansetts särskilt bra. Exempelvis har företaget sett över SKF:s och Anglo Americans hållbarhetsredovisningar, men inspiration har även inhämtats från den redovisningen som har presenterats av kunder och andra viktiga företag. Slutligen nämner Annika Berglund dock att Atlas Copco numera "går helt efter eget huvud" inom ramen för G3.

4.2 Försäljningsbranschen

Här följer en sammanfattning av de två försäljningsföretagen, IKEA och H&M. De indikatorer som företagen presenterat ligger som bilaga 1. Vid bestämningen av vilka indikatorer som skulle ingå i tabellen har vi utgått från H&M:s index, eftersom vi ansåg att detta var enklast att utläsa. Därutöver tillades även ett fåtal andra indikatorer enligt GRI:s ramverk, som funnits i övriga företags hållbarhetsredovisningar och därför ansågs relevanta. Denna har vi dessutom gjort en kort sammanfattning över nedan. Frågorna vi ställde i intervjun finns bifogade i bilaga 2.

4.2.1 IKEA

IKEA är ett lågprisföretag som säljer möbler, inredningsartiklar, badrum och kök i ett 30-tal länder världen över (www.ikea.com A). Företaget grundades år 1943 av Ingvar Kamprad, som startade sin verksamhet genom att sälja pennor, plånböcker, klockor och liknande. År 1947 introducerades möbler i sortimentet och redan fyra år senare satsade företaget helhjärtat på försäljning av lågprismöbler (www.ikea.com B).

IKEA har som vision att skapa en bättre vardag för de många människorna. För att uppnå detta har företaget en affärsidé om att erbjuda ett brett

sortiment av form- och funktionsriktiga heminredningsartiklar till så låga priser att så många som möjligt har råd att köpa dem (www.ikea.com C).

Hållbarhetsredovisning 2005

Inom IKEA ligger ansvaret för sociala och miljömässiga aspekter hos de personer som har huvudansvaret för respektive affärsenhet och land där IKEA verkar. Alla varuhus har en egen miljösamordnare samtidigt som det även finns en nationell miljösamordnare i varje land där företaget bedriver verksamhet. Alla medarbetare får dessutom grundläggande utbildning i hållbarhetsutveckling, för att skapa medvetenhet, kunskap och ansvarsfullhet (IKEA:s hållbarhetsredovisning 2005, s. 37).

Ett viktigt inslag i arbetet med hållbarhet är IKEA:s bolagskod, *The IKEA Way of Purchasing Home Furnishing Products (IWAY)*. Denna är baserad på *FN:s deklaration* om mänskliga rättigheter, *ILO-deklarationen* och *RIO-deklarationen* för hållbar utveckling (IKEA:s hållbarhetsredovisning 2005, s.21).

IKEA har utvecklat ett samarbete med ett antal hjälporganisationer, bland andra *UNICEF*, *världsnaturfonden (WWF)*, *Greenpeace* och *Rädda Barnen*, för att öka kunskapen om hållbarhetsfrågor på företaget. Samarbete sker även med *Business Leader's Initiative on Climate Change (BLICC)*, som utbildar företagsmedlemmar i att minska utsläppen av koldioxid och andra växthusgaser. Dessutom arbetar IKEA med *Business for Social Responsibility (BSR)*, som hjälper till att utveckla arbetet gällande etik, mänskliga rättigheter och miljö. Sedan år 2005 är företaget även medlem i *Global Compact* (IKEA:s hållbarhetsredovisning 2005, s.56-57).

IKEA tillämpar ett brutet räkenskapsår, 1 september år 2004 till 31 augusti år 2005, för hållbarhetsredovisningen år 2005. Denna rapport omfattas av 60 sidor och har utvecklats med GRI:s riktlinjer som inspirationskälla (IKEA:s hållbarhetsredovisning 2005, s.2).

Miljöredovisning

Gällande miljöpåverkan prioriterar IKEA arbetet med att minska utsläppen orsakade av transporter av varor och kunder (IKEA:s hållbarhetsredovisning, 2005 s.5). IKEA har framförallt indelat redovisningen av sitt miljöansvar i områdena *Produkter och material*, *Leverantörskedjan* och *Miljöarbete*. Dessa kapitel tar upp 13 sidor av hållbarhetsredovisningen år 2005.

Produkter och material fokuserar på att företaget använder minsta möjliga resurser för att åstadkomma bästa möjliga produkt. Bland annat nämns att företaget främst använder trä som råmaterial, vilket är återvinningsbart och därmed ger flera miljömässiga fördelar. Dessutom nämns att IKEA packar

smart och ofta i platta paket, vilket bidrar till att det ryms fler varor i en och samma transport. Mest utrymme tillägnas dock IKEA-katalogen, där det främst poängteras att blekmedel inte används vid framställningen av denna (IKEA:s hållbarhetsredovisning 2005, s.13-18).

Leverantörskedjan behandlar, ur miljösynpunkt, främst skogsvård och distribution. Skogsvård handlar om att det trä IKEA köper in skall komma från ansvarsfullt omhändertagna skogar. Trä från intakta naturskogar accepteras därför inte. Företaget har dessutom ställt upp ett antal riktlinjer som skogsleverantörerna skall efterfölja. Utöver detta nämns att IKEA strävar efter en effektiv transport av produkterna, främst för att minska relaterade utsläpp. Bland annat packas varorna platt, så att fler varor kan transporteras i samma transport, samtidigt som krav ställs på att leverantörernas transporter skall vara bensinsnåla (IKEA:s hållbarhetsredovisning 2005, s.32-34).

Miljöarbete presenterar hur arbetet med miljö och socialt ansvar organiseras på IKEA. Varje affärsenhet har exempelvis en detaljerad plan för att nå de mål som satts upp. Bland annat eftersträvar företaget att spara energi och vatten samt minimera transporternas miljöpåverkan (IKEA:s hållbarhetsredovisning 2005, s.37-40).

Social redovisning

Gällande det sociala ansvaret lägger företaget stor vikt vid att erbjuda säkra och hälsosamma produkter (IKEA:s hållbarhetsredovisning 2005, s.5). Företaget har indelat redovisningen av socialt ansvar i områdena *Medarbetare*, *Leverantörskedjan*, *Involvering i samhället* samt *Intressenter och partners*. Dessa områden tar upp totalt 32 sidor i hållbarhetsredovisningen.

Medarbetare utgör ett kort stycke som fokuserar på att de anställda skall erbjudas lika villkor samt att mångfald är något som eftersträvas (IKEA:s hållbarhetsredovisning 2005, s.11-12).

Leverantörskedjan lämnas mest utrymme och behandlar främst företagets bolagskod *IWAY*, förbättring av leverantörsstandarder och barnarbete. *IWAY* är det som främst redovisas och enligt denna finns vissa krav som leverantörerna måste uppfylla för att få samarbeta med IKEA, såsom att erbjuda en säker och hälsosam arbetsplats. Företaget tror på långsiktiga relationer med dess leverantörer, men om dessa inte längre förbättras enligt IKEA:s krav avslutas samarbetet. Gällande barnarbete menar IKEA att det tyvärr existerar i ett flertal länder, men att företaget aktivt arbetar med att förhindra att så sker hos deras leverantörer (IKEA:s hållbarhetsredovisning 2005, s.19-35).

Involvering i samhället handlar om företagets engagemang och vilket stöd som ges såväl globalt som lokalt. IKEA bedriver ett antal projekt världen över, bland annat i syfte att förhindra barnarbete. Framförallt arbetar företaget med att förbättra hälsa och utbildning, med fokus på kvinnor och barn, men även med att skydda miljö och då främst skogen (IKEA:s hållbarhetsredovisning år 2005, s.42-52).

Intressenter och partners beskriver företagets samarbete med andra företag och organisationer världen över. Några av dessa har redan nämnts i inledningen ovan. Men det är värt att nämna är *Global Forest Watch* (GFW) samt *Forest Stewardship Council* (FSC) vilka båda är icke vinstdrivande organisationer som arbetar med olika projekt angående skog. Dessutom berörs att IKEA samlar feedback från anställda, kunder och leverantörer (IKEA:s hållbarhetsredovisning 2005, s.53-57).

Indikatorer

IKEA har inget index över GRI indikatorer, vilket gjort att vi själva fått söka efter dem. Vi har då endast tittat i hållbarhetsredovisningen och inte i årsredovisningen eller i något separat dokument, om exempelvis företagets uppförande kod. Däremot har vi beaktat den information om IKEA:s uppförande kod IWAY som finns i hållbarhetsredovisningen. Detta betyder att vi eventuellt kan ha missat någon indikator (tabell över indikatorer finns i bilaga 1)

IKEA presenterar i princip inga miljöindikatorer. Däremot går det att läsa i hållbarhetsredovisningen om IKEA:s miljöarbete och policys. Här finns statistik på exempelvis hur mycket företaget minskat utsläpp och energianvändning. Det finns dock policys för indragning av felaktiga produkter, vilket är att anse som en indikator. Därmed är det 5 procent av de miljöindikatorerna vi valt att se över som presenteras.

Sociala indikatorer som rapporteras är nio stycken av totalt 26, vilket omfattar 35 procent. De sociala indikatorer som har uppvisats är policys och de flesta av dem kommer från IKEA:s uppförande kod, IWAY.

Sammanfattning av intervju med Eva Stål, IKEA

Vi kontaktade IKEA:s informationsavdelning och fick svar från en av avdelningens medarbetare, Eva Stål. Via mail skickade vi ut tio öppna frågor, som besvarades den 27/4 år 2007. Nedan följer en sammanfattning av de svar vi fick från IKEA.

IKEA har alltid strävat efter ett effektivt utnyttjande av resurser. Enligt Eva Stål grundar sig detta i företagets affärsidé då ett lågt pris kräver hushållning

av resurser. Dock inleddes ett aktivt hållbarhetsarbete först i slutet av 80-talet och den första hållbarhetsredovisningen gavs ut år 2003.

GRI har tillämpats sedan år 2003 eftersom IKEA anser att dessa är bäst lämpade som inspiration för redovisning. Dock är det endast företagets nyckeltal som baseras på GRI:s grundstruktur. Sedan start har tillämpningen av riktlinjerna, enligt Stål, ökat.

På IKEA arbetar ett flertal personer med hållbarhetsredovisning under ett par månaders tid. Rapporteringen är således tidskrävande, men Stål menar att detta har effektiviserats med tiden. Företaget stävar efter att ha en positiv inverkan på människor och miljö och prioriterar vissa områden såsom påverkan från produkter och material, ansvarsfulla leverantörer, energiförbrukning och hållbara transportlösningar. Enligt Stål vill IKEA "vara en god granne" i de områden de verkar och därmed visa samhällsengagemang.

Eva Stål kan inte precisera vilket område inom IKEA:s hållbarhetsredovisning som utvecklats mest. Hon menar att dessa är omöjliga att jämföra och att ett flertal av frågorna kräver långsiktigt arbete.

På frågan om vad som styr innehållet i rapporten svarade Eva Stål att det påverkas av "IKEA:s strategi med den långsiktiga inriktningen att IKEA ska ha en positiv inverkan på människor och miljö". Även andra företag inverkar på innehållet, genom att IKEA inspireras av deras hållbarhetsredovisningar.

4.2.2 Hennes & Mauritz

H&M grundades i Sverige år 1947 av Erling Persson. Idag säljer företaget kläder och kosmetika i omkring 1400 butiker i 28 länder. Mode säljs även via Internet och kataloger i bland annat Norden och Nederländerna. H&M äger inga egna fabriker, utan samarbete sker med runt 700 fristående leverantörer belägna i framförallt Asien och Europa (www.hm.com A).

H&M:s affärsidé är att erbjuda mode och kvalitet till bästa pris. Priset hålls lågt genom att bland annat använda få mellanhänder, köpa in stora volymer och upprätthålla en effektiv distribution. Inköps- och designavdelningen svarar för modet, medan kvalitet upprätthålls genom att det regelbundet genomförs kontroller av denna. Enligt företaget innefattar kvalitet även att produkterna har tillverkats med minsta möjliga miljöpåverkan och under goda arbetsvillkor (www.hm.com B).

Hållbarhetsredovisning 2005

Inom H&M arbetar ett team om 50 personer med hållbar utveckling. Det finns dessutom ett 40-tal personer som arbetar med företagets bolagskod och som därför ger relevant information till det lokala kontoret, men även till avdelningen för hållbar utveckling, *The CSR Department*, i Stockholm. Inom denna avdelning finns även en chef för hållbarhetsfrågor, som rapporterar direkt till företagets managing director.

H&M har ett miljöledningssystem, som dock inte är certifierat enligt *ISO 14001*. Anledningen är att företaget vill använda enkla och praktiska metoder för att minska dess miljöpåverkan.

Sedan år 2001 stödjer H&M initiativet *Global Compact* och dess 10 principer om mänskliga rättigheter, arbetsstandard och miljö. Företaget stödjer även *OECD:s riktlinjer* för multinationella företag och det svenska initiativet *Globalt ansvar*. H&M är dessutom medlem i *UNICEF* och deltar även i *Better Cotton Initiative*, vilket är ett samarbete mellan intressenter i syfte att minska miljömässig och social inverkan på bomullsodlingar.

Företagets hållbarhetsredovisning för år 2005 uppgår till hela 81 sidor och utgör därför den mest omfattande rapporten i vår undersökning. Vid utformandet av rapporten har GRI:s riktlinjer från år 2002, G2, tillämpats (H&M:s hållbarhetsredovisning 2005 s.5-21).

Miljöredovisning

Då det gäller miljöarbete prioriteras, enligt H&M, miljöpåverkan av bomullsodlingar och tygfabriker samt koldioxidutsläpp vid transporter av varor (H&M hållbarhetsredovisning 2005 s.8). Rapporteringen av miljöresultatet upptar 13 sidor. Rapporten har framförallt indelats i områdena *Miljöledning* och *Aktiviteter och prestationer*.

Miljöledning handlar vilka mål företaget har med dess miljöarbete. Dessutom beskrivs att H&M ställer vissa miljömässiga krav på dess distributionsfirmor, leverantörer av butiksutrustning samt de som levererar IT-produkter till företaget. Dessa krav blir gradvis striktare och måste alltid uppfyllas eftersom de utgör minimikrav.

Aktiviteter och prestationer beskriver företagets projekt, vilket lämnas mycket utrymme i rapporten. Bland annat försöker H&M utöka sin användning av kravodlad bomull, genom att exempelvis inkludera detta till tio procent i vissa barnkläder från Turkiet. Dessutom beskrivs företagets miljöprestationer genom att presentera koldioxidutsläpp från elektricitet, uppvärmning av distributionscenter, transporter av varor, arbetsresor samt bensinåtgång av företagets egna fordon. Utsläppen har ökat för alla

dessa områden i absoluta termer. Företaget skall därför satsa på att minska energianvändningen i butikerna, för att minska utsläppen med tio procent mellan år 2005 och 2009. Under området *Aktiviteter och prestationer* berörs även företagets avfall, vilket hanteras olika i skilda länder. I Sverige pressas exempelvis galgarna ihop, för att kunna transportera fler galgar genom samma transport (H&M:s hållbarhetsredovisning 2005 s.64-75).

Social redovisning

Redovisningen av det sociala resultatet behandlar främst företagets ansträngningar i leverantörsledet, då ett flertal av dessa brutit mot mänskliga rättigheter och de arbetsvillkor som ställts upp (H&M hållbarhetsredovisning 2005 s.8). Rapporteringen tar cirka 40 sidor i anspråk och behandlar främst områdena *Arbetsvillkor i leverantörskedjan, Engagemang för intressenter, Involvering i samhälle och välgörenhet, Produktansvar* samt *Kommunikation och marknadsföring*.

Arbetsvillkor i leverantörskedjan lämnas mest utrymme i rapporteringen och handlar främst om att H&M har utvecklat en ny metod för att övervaka de fabriker företaget samarbetar med, *Full Audi Programe* (FAP). Syftet med denna metod är att i tid hitta fabriker som inte efterföljer företagets krav. Det som rapporteras är bland annat användning av barnarbete och unga arbetare samt arbetarnas rättigheter gällande exempelvis minimilöner, diskriminering och antal arbetade timmar. Även hälso- och säkerhetsaspekter tas upp, då företaget tittar på om det exempelvis finns dricksvatten, skyddande utrustning och brandutrustning på arbetsplatserna.

Involvering i samhälle och välgörenhet handlar om att H&M bedriver en del projekt för socialt ansvar. Exempelvis är företaget medlem i *WaterAid*, en brittisk välgörenhetsorganisation som arbetar för att förbättra tillgången till och kvaliteten på vattnet för människor i Asien och Afrika.

Produktansvar handlar om att företaget skall erbjuda säkra produkter, särskilt barnkläderna där det ställs högre krav på säkerhet. Dessutom har H&M tagit fram krav för användningen av kemikalier, där särskild fokus ligger på substanser som kan skapa hudirritationer eller allergier (H&M:s hållbarhetsredovisning 2005, s.23-61).

Indikatorer

H&M har ett index över indikatorer som presenterats i enlighet med GRI. I detta index finns såväl beteckning och titel som sidhänvisningar till hållbarhetsredovisningen och årsredovisningen år 2005. Detta företag har därför utgjort en form av mall vid utformandet av vår jämförande tabell. (tabell över indikatorer finns i bilaga 1).

H&M presenterar åtta miljöindikatorer av totalt 19 stycken, vilket utgör cirka 42 procent. Framförallt gäller dessa indikatorer energiförbrukning, utsläpp av växthusgaser, avfall, betydande miljöpåverkan från varor och tjänster samt miljömässig påverkan vid varutransporter.

Beträffande de sociala indikatorerna presenteras 14 av totalt 26 stycken, vilket motsvarar cirka 54 procent. Inom området arbetskraft presenteras endast tre indikatorer; fördelning av arbetsstyrkan, omsättning av personal och sammansättning av ledningen. Flest indikatorer tillägnas istället mänskliga rättigheter. Exempel på sådana indikatorer är policys för mänskliga rättigheter, diskriminering, barnarbete och tvångsarbete. Utöver detta finns endast en indikator över samhällsansvar, medan de flesta indikatorer gällande produktansvar presenteras av H&M.

Sammanfattning av intervju med Karolina Dubowicz, Hennes & Mauritz

Vi kontaktade Karolina Dubowicz, som arbetar som projektledare inom hållbarhet. Via mail skickade vi tio öppna frågor, som vi bifogat i bilaga 2, som besvarades den 23/4 år 2007. Nedan följer en sammanställning över de svar vi fick.

Karolina Dubowicz berättar att H&M redan tidigt på 1990-talet påbörjade arbetet med hållbarhetsfrågor, men att arbetet formellt satte igång först år 1997. Den första hållbarhetsredovisningen gavs ut 2003 och avsåg år 2002.

Vi frågade varför H&M valt att använda sig av GRI:s riktlinjer och vad de tycker om dem. Dubowicz svarade att riktlinjerna idag *"blivit den givna normen"* och att *"deras inflytande kommer att öka snarare än minska"*. Hon ser således många fördelar med GRI:s riktlinjer, inte minst eftersom dessa innehåller ett branschspecifikt tillägg för just deras bransch. Detta tillägg har H&M varit med och tagit fram. Företagets första hållbarhetsredovisning var endast inspirerad av GRI, men därefter skedde rapporteringen efter riktlinjerna och de innehöll då en GRI-innehållsförteckning (index).

Karolina Dubowicz arbetar med att samordna hållbarhetsredovisningen. Dessutom är flera personer i både försäljnings- och tillverkningsländer inblandade vid insamlingen av data. Vid frågan om vad hon anser vara det viktigaste området inom hållbarhet var svaret att det inte finns endast ett område, men att företaget lägger stor tonvikt vid tillverkningen av varor. Enligt Dubowitz har bomullsfrågan på relativt kort tid *"seglat upp som ett av våra fokusområden"*.

H&M har i tio år kämpat för fabriksarbetarnas arbetsmiljö respektive arbetsvillkor och Dubowicz tycker att företaget därmed bidragit till stora förbättringar. Detta arbete är dock långt ifrån färdigt.

Karolina Dubowicz anser inte att innehållet i H&M:s hållbarhetsredovisning i första hand styrs av konkurrenterna, men att företaget ändå håller sig uppdaterade på vad andra gör. Hon säger istället att innehållet är något som bestäms utifrån frågor som är relevanta för H&M:s bransch och vilka förväntningar intressenterna har. Innehållet bestäms även utifrån vilken information och vilka nyckeltal som företaget själv anser vara relevant att ta fram. Dubowicz menar slutligen att GRI:s riktlinjer fungerar ”*som ett av flera uttryck för intressenters förväntningar och krav*”.

4.3 Telefonbranschen

Här följer en sammanfattning av de två företagen Ericsson och TeliaSonera vilka representerar telefonbranschen. De indikatorer som företagen valt att presentera har vi sammanställt i en tabell, vilken ligger som bilaga 1. Denna har vi dessutom gjort en kort sammanfattning över nedan. Frågorna vi ställde till företagen finns bifogade i bilaga 2

4.3.1 LM Ericsson

Ericsson grundades år 1876 och är idag en ledande leverantör av kommunikationsnät och tillhörande tjänster. Företaget erbjuder även teknikplattformar för mobiltelefoner och har genom sitt joint venture Sony Ericsson blivit en ledande leverantör av mobiltelefoner.

Företagets vision är att vara den drivande kraften i en kommunikationsintensiv värld, det vill säga i en värld där människor när som helst kan byta idéer och information med varandra, genom att använda rösten, data, bilder eller video (LM Ericssons årsredovisning 2005, s.109-110).

Hållbarhetsredovisning 2005

Ericsson har en Corporate Responsible Director som ansvarar för hållbarhetsarbetet i organisationen. Under år 2005 tillsattes dessutom en särskild kommitté för detta ändamål, bland annat skall denna se till att de olika områdena inom hållbar utveckling blir väl förankrade i hela organisationen.

Ericsson började rapportera miljömässigt arbete och annat hållbarhetsarbete redan år 1992. Företaget var dessutom ett av de första företagen som

certifierades enligt miljöledningssystemet *ISO 14001*. Detta används för att minska miljömässig påverkan och särskild hänsyn tillägnas utsläppen av koldioxid som sker genom produkternas livscykel.

Företaget stödjer *Global Compact* och dess tio principer. De fem första principerna om mänskliga rättigheter och rättvisa bland medarbetarna finns specificerade i Ericssons bolagskod. De övriga principerna, om miljöpåverkan och korruption, stöds istället genom företagets miljöpolicy och etiska affärskod.

Hållbarhetsredovisningen för år 2005 omfattas av 42 sidor och baseras på GRI:s riktlinjer. Istället för att utgå från de riktlinjer som gavs ut år 2002 har företaget valt att använda den tredje generationen av riktlinjer, G3, som i sin helhet gavs ut först år 2006 (LM Ericssons hållbarhetsredovisning 2005, s.1-12).

Miljöredovisning

Miljömässigt fokuserar Ericsson främst på att minska miljöpåverkan från produkter och tjänster, genom att exempelvis undvika farliga ämnen och minska produkternas vikt och storlek. Presentationen av företagets miljömässiga resultat omfattas av tio sidor. Indelning sker exempelvis i områdena *policy*, *profil*, *miljödesign* samt *miljöpåverkan från fabriker*.

Policy tar upp att Ericsson skall utveckla, producera och erbjuda varor och tjänster med gott miljömässigt uppförande, vilket även inkluderar kundernas användning. Detta skall uppnås genom att exempelvis skapa miljömedvetenhet hos medarbetare, möta lagar och andra krav samt samarbeta med leverantörer för att upprätthålla företagets miljömässiga riktlinjer.

Profil handlar om den totala miljöpåverkan från bland annat distribution, de anställdas resande, leveranser och kundernas användande. För att mäta miljömässig påverkan från en produkt genomförs livscykelanalyser, som mäter dess koldioxidutsläpp. Dessa har visat att företaget främst måste ta itu med den miljöpåverkan som orsakas av kundernas användning.

Miljödesign beskriver att företaget har ett *Design for Environment program* (DfE), med riktlinjer för hur produktutveckling kan ske för att skapa produkter med minsta möjliga miljöpåverkan. Dessa fokuserar på att förbättra energieffektiviteten, minska massa och volym i relation till produkternas kapacitet samt förenkla återvinning av produkterna.

Miljöpåverkan från fabriker visar indikatorer som är specifika för företaget. Bland annat beskrivs att mängden transporter har ökat eftersom det sålts fler

produkter under året. Dessutom har de totala utsläppen av koldioxid stigit, främst på grund av en ökning av transportmängden. Dock har utsläppen från elektricitetsförbrukning, bilresor och annan energikonsumtion minskat (LM Ericssons hållbarhetsredovisning 2005, s.18-27).

Social redovisning

Gällande socialt resultat fokuserar Ericsson på att upprätthålla de mänskliga rättigheterna i organisationen. Dessutom eftersträvas, enligt rapporten, rättvisa bland medarbetarna och sund affärsetik. Företagets redovisning av socialt resultat tar upp tolv sidor och behandlar främst områdena *Leverantörskedjan*, *Medarbetare*, *Involvering i samhället* samt *Radiovågor*.

Leverantörskedjan behandlar framförallt att Ericsson övervakar hur företagets leverantörer sköter sig utifrån deras olika affärsenheter. Under år 2005 har företaget tagit fram ett styrkort för att ranka leverantörernas samstämmighet med företagets Bolagskod, vilken täcker mänskliga rättigheter, arbetsstandarder, miljö och korruption. Styrkortet innehåller vissa kriterier som skall uppfyllas av leverantörerna, såsom kompensation, övertid, ljudnivåer och skyddsutrustning.

Medarbetare lämnas mest utrymme och tar exempelvis upp att företaget har en etisk affärskod. Denna syftar till att upprätthålla samstämmighet med lagar och regler. Bland annat beskrivs hur konfidentiell information skall skyddas, hur oetiska handlingar skall rapporteras samt att anställda på Ericsson behandlas med respekt. Enligt den etiska affärskoden skall företaget dessutom erbjuda säkra och rättvisa arbetsvillkor, upprätthålla mångfald bland anställda och hålla lönerna på en nivå som lever upp till lokala krav gällande minimilön och andra arbetslagar.

Involvering i samhället handlar om företagets samhällsprojekt, vilka ordnas av de olika marknadsenheterna utifrån bland annat lokala krav. År 2005 har företaget bedrivit olika projekt inom områdena skola, skydd för miljön och social hjälp vid exempelvis katastrofer och för barnens välfärd.

Under rubriken *radiovågor* berörs att Ericsson testar alla produkter för att försäkra att de lever upp till relevanta säkerhetskrav och lagar. Dessutom ges allmän information angående radiovågor och hälsa, samtidigt som företaget stödjer ett 40-tal olika forskningsprojekt på området. Ericsson har dessutom samarbetat i projekt som handlar om elektromagnetiska fält (EMF) (LM Ericssons hållbarhetsredovisning 2005, s.28-38).

Indikatorer

Ericsson använde sig av utkastet till GRI:s riktlinjer G3 som gavs ut 2006. Vi valde dock att jämföra innehållet mot GRI:s version från år 2002. Vi

tittade på vilka indikatorer som presenterats i indexet och "översatte" sedan dessa till G2. Dessutom tittade vi i hållbarhetsredovisningen för att se om det fanns ytterligare indikatorer, vilket var fallet (tabell över indikatorer finns i bilaga 1).

Ericsson presenterar sju stycken miljöindikatorer. Därutöver finns tre indikatorer som vi endast räknar som halva, eftersom dessa endast delvis stämmer överens med GRI:s riktlinjer. Detta gör att Ericsson har cirka 45 procent av totalt 19 stycken. De som är direkt överensstämmande med GRI:s riktlinjer är indirekt och direkt energiförbrukning, utsläpp av växthusgaser, avfall samt miljöpåverkan av företagets produkter och tjänster. Indikatorer som delvis överensstämmer är total materialanvändning, utsläpp av NO_x och SO_x samt vattenförbrukning.

De sociala indikatorer som direkt stämmer med GRI:s riktlinjer är sju stycken och behandlar bland annat hälsa och säkerhet för kunder, policys gällande mutor och korruption samt målsättning för vilken information som skall lämnas om produkter och service. Indikatorer som delvis stämmer med riktlinjerna är fyra stycken och beskriver omsättning för anställda, policys för mänskliga rättigheter samt grundläggande handlingsprogram för hur väl leverantörerna sköter sig i förhållande till dessa rättigheter. Alltså har Ericsson cirka 35 procent av de totalt 26 stycken sociala indikatorerna.

4.3.2 TeliaSonera

TeliaSonera är ett företag som erbjuder pålitliga och användarvänliga tjänster för överföring samt paketering av ljud, bild, data, information, transaktioner och underhållning. Företaget är ledande inom telekommunikation i Norden och Baltikum, men har även starka positioner i länder som Turkiet och Ryssland (www.teliasonera.se A).

Visionen för år 2010 är att kunderna skall kunna uppfylla önskningar och åtaganden utan att behöva anstränga sig nämnvärt. Enkelhet är överhuvudtaget något det satsas mycket på, vilket också har blivit företagets främsta konkurrensfördel (www.teliasonera.se B).

Affärsidén hos TeliaSonera handlar främst om att ge service och möta varje kund på ett sätt som ger valuta för pengarna. Detta önskar företaget uppnå genom bland annat stordriftsfördelar (www.teliasonera.se C).

Hållbarhetsredovisning 2005

TeliaSonera har framtagit en egen policy för hållbar utveckling. Denna godkändes under år 2004 av *The Board of Directors*, som ansvarar för

företagets organisation och ledning genom att utveckla dess övergripande strategi och fatta viktigare strategiska beslut. Policyn handlar om att integrera hållbarhet i TeliaSoneras marknads- och arbetsplats samt i miljö och samhälle. Företaget fokuserar främst på att addera värde hos kunder, visa respekt inför andra människor och få saker och ting utförda.

Inom TeliaSonera finns en så kallad *CSR Director* som ansvarar för arbetet med hållbarhet. De flesta affärsenheter har dessutom en person med särskilt ansvar för implementering av hållbarhetspolicyn. TeliaSonera rapporterar regelbundet om företagets insatser då det gäller arbetet med hållbarhet.

TeliaSonera stödjer *FN:s deklaration* om mänskliga rättigheter och alla grundläggande *ILO-konventioner*. Företaget är dessutom medlem i *European Telecommunications Network Operators' Association* (ETNO), en organisation som år 2004 blev medlem i *Global Compact*. Dessutom lämnas regelbundet en rapport gällande hur TeliaSonera förhåller sig till *OECD:s riktlinjer*, eftersom svenska staten är medlem i denna organisation. Företaget är certifierat enligt *ISO 14001*.

Hållbarhetsredovisningen år 2005 omfattas av 42 sidor och baseras på *GRI:s riktlinjer*. Målsättningen är att fullfölja dessa riktlinjer genom att successivt förbättra rapporteringen. I nuläget presenteras dock mer kvalitativ information än kvantitativ sådan (TeliaSoneras hållbarhetsredovisning 2005, s.3-15).

Miljöredovisning

Rapporteringen av miljöresultat fokuserar på utsläpp av främst CO₂ samt på elektromagnetiska fält. Resultatet behandlas i sex sidor och indelas bland annat i områdena *Klimatförändringar och energi* samt *EMF*.

Klimatförändringar och energi berör utsläpp av koldioxid, vilket främst genereras av företagets energiförbrukning. För att minimera denna har TeliaSonera utvecklat rekommendationer för en *Energi- och klimatpolicy*. Telekommunikation är i övrigt betraktad som en miljövänlig teknologi.

EMF tar upp att all elektronisk utrustning genererar elektromagnetiska fält och att företaget därför bland annat samarbetar med forskare som rådgivare i detta avseende (TeliaSoneras hållbarhetsredovisning 2005, s.28-32).

Social redovisning

Redovisningen av socialt ansvar fokuserar på mänskliga rättigheter, arbetsetik och kundvård. Den täcker totalt cirka 18 sidor och har framförallt indelats i områdena *Marknadsplats, Arbetsplats* och *Samhälle*. Dessa är lika omfattande när det gäller mängden text.

Marknadsplats behandlar arbetsetik, enligt vilken TeliaSonera har som mål att motverka illegal användning av information. Under området behandlas även kundvård, som i stort handlar om att erbjuda sina konsumenter olika säkerhetstjänster såsom brandvägg och virusprogram. Dessutom beskrivs TeliaSoneras motstånd till barnporr samt att företaget vill ge fler invånare, såsom döva och fysiskt handikappade, chansen att ta del av fördelarna från informationsteknologi (TeliaSoneras hållbarhetsredovisning 2005, s.16-21).

Arbetsplats fokuserar främst på mänskliga rättigheter och diskriminering. TeliaSonera eftersträvar exempelvis lika möjligheter för män och kvinnor, såsom att människor som arbetar med liknande uppgifter också skall få lika lön oavsett kön. Dessutom önskas välbefinnande och hälsa hos medarbetarna, varpå företaget har tolv olika grupper som arbetar med bland annat träning, massage och stress (TeliaSoneras hållbarhetsredovisning 2005, s.22-27).

Samhälle presenterar TeliaSoneras del av och ansvar i samhället. Företaget är medlem i ett antal internationella organisationer, såsom *European Telecommunications Network Operators' Association* (ETNO) och *ISO 26000*, vilket är en ny standard för socialt ansvar. Dessutom är företaget med och sponsrar organisationer som arbetar för hållbar utveckling. Exempelvis har TeliaSonera bidragit med pengar till behövande efter stormen Gudrun och naturkatastrofen Tsunami. Dessutom stödjer den norska divisionen en skola i Zambia (TeliaSoneras hållbarhetsredovisning 2005, s.34-39).

Indikatorer

TeliaSonera har ett index över CSR Indikatorer och GRI innehåll. Utifrån båda dessa har vi gjort en sammantagen bedömning över vilka indikatorer som presenteras och vilka vi dessutom anser vara tillräckligt överensstämmande med GRI. Företagets index var enkelt att utläsa, då de flesta indikatorer även fanns beskrivna i tabellen istället för endast sidhänvisningar (tabell över indikatorer finns i bilaga 1).

TeliaSonera presenterar nio av totalt 19 stycken miljöindikatorer, vilket utgör cirka 42 procent. Framförallt presenteras energi- och vattenförbrukning, utsläpp av växthusgaser, avfall och miljöpåverkan från företagets produkter och service. Dessutom finns två indikatorer över företagets förhållande till biologisk mångfald.

TeliaSonera redovisar hela 22 sociala indikatorer av totalt 26 stycken. Detta motsvarar närmare 85 procent. Flest indikatorer gäller medarbetarna, då företaget bland annat presenterar antal tillfälliga sjukdomar och olyckor, policy för HIV/AIDS, antal utbildningstimmar samt andel frånvaro

respektive sjukfrånvaro i procent. Utöver detta rapporteras även indikatorer gällande mänskliga rättigheter, såsom policys för exempelvis mänskliga rättigheter, lika möjligheter, diskriminering, barnarbete och tvångsarbete.

Indikatorer finns även över företagets ansvar för samhället och för produkterna. Det som presenteras under dessa områden är bland annat policys för mutor och korruption respektive för hälsa och säkerhet hos kunderna.

5. Analys

I detta kapitel jämförs företagen inom respektive bransch, genom att se till likheter och skillnader. En närmare jämförelse finns även i tabellform, vilka bifogats som bilagor 3, 4 och 5. Därefter sätts de tre branscherna i relation till varandra, för att se hur dessa skiljer sig åt. Slutligen diskuteras tänkbara orsaker bakom detta förhållande.

5.1 Analys av respektive bransch

5.1.1 Industribranschen

Det finns ett antal likheter i hållbarhetsredovisningarna hos *SKF* och *Atlas Copco*. Framförallt har båda företagen presenterat **lika långa rapporter**, det vill säga 13 sidor var. Båda verksamheterna har dessutom tillägnat såväl miljö som socialt ansvar fyra sidor vardera, varpå koncentration inte tycks ligga på något av dessa områden.

Det finns även likheter i vad företagen miljömässigt valt att ge mest utrymme åt; **koldioxidutsläpp** och **energianvändning**. Detta inkluderas nämligen under de båda företagens största rubriker, uppmätt efter sidantal och textmängd. Även enligt vad som kan utläsas i rapporterna fokuserar båda företagen på energi. Därutöver nämner *SKF* naturresurser som viktiga, medan *Atlas Copco* sätter utsläpp i centrum. Enligt intervjuerna är dock företagen eniga om att det inte finns ett enda fokusområde, utan att alla områden är viktiga.

I övrigt är det svårt att jämföra miljöområdet, då företagens uppdelning av kapitel skiljer sig mycket åt. Medan *Atlas Copcos* uppdelning är översiktlig med rubriker som täcker upp ett flertal skilda områden, gör *SKF* en betydligt mer specifik indelning av rubriker. Dessutom skiljer sig företagen åt i antalet projekt som stöds, då *Atlas Copco* i detta avseende tycks vara aningen mer aktivt än *SKF*.

Gällande social rapportering har *SKF* lämnat mest utrymme åt **medarbetare**. *Atlas Copco* har däremot valt att ge mest plats åt rubriken **Rättvisa och mångfald**, vilket vi anser även berör medarbetare. Överhuvudtaget tycks *Atlas Copco* inrikta sig på detta område i den sociala rapporteringen, genom att medarbetare är något som berörs under alla rubriker.

Båda företagen har ett fåtal gemensamma sociala samarbeten, såsom *Global Compact* och *ILO*. Utöver detta stödjer *Atlas Copco* dessutom *Amnesty*. Det finns dock inga direkta likheter angående vilka projekt företagen valt att ingå i. Inte heller syns ett samband gällande vad som, under intervjuerna, nämnts som viktiga sociala områden. *SKF* menar att allt är viktigt medan *Atlas Copco* prioriterar hälsa och säkerhet.

De **sociala indikatorerna är flest** hos båda företagen, då det skiljer drygt 30 procentenheter mellan de sociala och miljömässiga indikatorerna. Dessutom har företagen gemensamt att deras indikatorer utgörs av **fler mått än policys**. *SKF* och *Atlas Copco* har dessutom **26 gemensamma indikatorer**, som främst berör de sociala områdena arbetskraft och mänskliga rättigheter.

5.1.2 Försäljningsbranschen

H&M och *IKEA* har ett antal likheter i vad som redovisas gällande hållbar utveckling. Först och främst presenterar båda företagen en **gedigen hållbarhetsredovisning**; 81 respektive 60 sidor.

Den främsta likheten mellan försäljningsföretagen är dock att dessa tycks lägga **störst fokus på det sociala ansvaret**. Detta antagande grundar vi framförallt på att mängden text är störst inom detta område, men även på att antalet sociala indikatorer är i övervägande majoritet. *H&M* tillägnar 53 procent text åt den sociala aspekten, medan endast 16 procent gäller miljöområdet. Dessutom rapporteras 54 procent av totalt antal sociala indikatorer jämfört med endast 42 procent miljömässiga sådana.

Samma tendens finns vid granskning av *IKEA*, särskilt gällande de sociala indikatorerna där hela 35 procent rapporteras. Detta kan jämföras med att antalet miljöindikatorer som presenteras endast uppgår till 5 procent av den totala mängden miljöindikatorer. Detta förhållande kan dock tänkas bero på att *IKEA*, som endast inspirerats av GRI, inte har listat upp några indikatorer enligt ett index. Trots detta har vi lyckats hitta ett flertal sociala indikatorer, detta genom att noga granska företagets uppförandekod *IWAY*. Då denna främst utgörs av policys har vi dessvärre inte hittat ett lika stort antal miljöindikatorer, eftersom dessa enligt GRI mestadels består av mått. Därför är fördelningen av indikatorerna kanske ingen bra grund för vår bedömning.

På grund av det tydligt övervägande sidantalet gällande socialt ansvar anser vi ändå att vi har tillräcklig grund för vårt antagande, det vill säga att båda företagen främst fokuserar på den sociala aspekten.

Miljömässigt lägger respektive företag vikten vid liknande områden; **transportutsläpp** och **huvudmaterialet i produkterna**. Enligt rapporten prioriterar *H&M* miljöpåverkan från bomullsodlingar, tygfabriker och transporter. Även under intervjun ansågs bomullsfrågan vara viktig, vilket framstår som mer tydligt då rapporten även visar att företaget medverkar i projektet *Better Cotton Initiative*. Även *IKEA* lägger ned mycket tid och kraft på att skapa goda förutsättningar för huvudmaterialet i deras produkter, nämligen trä. Detta syns inte minst i alla projekt och samarbetsorganisationer som företaget stödjer, samt genom att mycket utrymme tillägnas skogsvård. I intervjun med företaget framkommer dessutom att påverkan från produkter och material utgör ett av de viktigaste områdena, detta tillsammans med energiförbrukning och transportlösningar.

En annan tendens som finns hos båda verksamheterna är att det socialt fokuseras på **leverantörernas uppförande**. Främst grundar vi detta på att flest antal sidor i den sociala redovisningen tillägnas detta område. Dessutom nämner *H&M* i rapporten att koncentration ligger på att leverantörerna skall upprätthålla mänskliga rättigheter och goda arbetsvillkor. *IKEA* nämner istället detta område under intervjuens gång, genom att säga att leverantörer är något som prioriteras.

Slutligen kan nämnas att försäljningsföretagen endast har **tio gemensamma indikatorer**, vilket kan hänga samman med att *IKEA* inte presenterat något *GRI*-index. Detta kan även vara orsaken bakom att *IKEA* presenterar fler policys än mått, medan omvända förhållanden gäller för *H&M*.

5.1.3 Telefonibranschen

Ericsson och *TeliaSonera* har även de ett antal likheter i vilken hållbarhetsinformation som presenteras. Värt att poängtera är exempelvis att båda företagen har en **textmässigt exakt lika omfattande rapport**, det vill säga 42 sidor.

Den främsta likheten mellan hållbarhetsredovisningarna är, enligt vår mening, att **socialt ansvar fokuseras** framför den mer miljömässiga aspekten då mest textmängd tillägnas den sociala aspekten. Tydligast blir detta i *TeliaSoneras* hållbarhetsredovisning, i vilken hela 43 procent av texten har tillägnats socialt ansvar medan endast 14 procent har tillskrivits miljön. Även *Ericssons* redovisning har samma tendens, om än inte lika tydlig med endast fem procentenheters åtskillnad mellan områdena. Vårt antagande kan styrkas ytterligare genom att se till vilka projekt och samarbeten företagen stödjer, eftersom den övervägande delen är inriktade på just socialt ansvar.

Även i redovisningen av miljö finns likheter, då miljöpåverkan främst uttrycks genom att presentera företagens **energianvändning** och **koldioxidutsläpp**. *Ericsson* mäter exempelvis total påverkan från kundernas användning, distribution och leveranser genom koldioxidutsläpp, medan *TeliaSonera* främst väljer att beskriva företaget energianvändning och utsläpp i rapporttexten. Dessutom kan det utläsas i båda rapporterna att koldioxidutsläpp är något som fokuseras. *Ericsson* nämner i sammanhanget även energikonsumtion, medan *TeliaSonera* utöver koldioxidutsläpp också prioriterar elektromagnetiska fält.

På det sociala området presenterar båda företagen områdena *Medarbetare* respektive *Samhälle*, men i övrigt skiljer sig rubrikerna åt. *TeliaSonera* lämnar lika mycket utrymme i textmassa åt alla områden, medan *Ericsson* i text mestadels beskriver sitt engagemang för medarbetare. Även enligt båda företagens rapporter läggs **mest vikt åt medarbetarna**, genom att fokus sägs ligga på arbetsvård och mänskliga rättigheter.

Gällande indikatorer skiljer sig företagen betydligt mer åt, både i antal respektive innehåll. *TeliaSonera* presenterar totalt 38,5 stycken, vilket är nämnvärt fler än *Ericsson*s 22,5 indikatorer. Dessutom presenterar *TeliaSonera* en majoritet av sociala indikatorer, då dessa omfattar 85 procent medan de miljömässiga endast utgör 47 procent av total mängd sådana indikatorer.

Ericsson skiljer sig dock i mängden genom att istället rapportera fler miljömässiga indikatorer. Skillnaden är i detta fall inte lika tydlig, med 45 procent miljöindikatorer jämfört med 35 procent sociala indikatorer, men den är desto mer uppseendeväckande. *Ericsson* tycks nämligen vara det enda företaget i vår undersökning som tillägnar flest indikatorer åt miljö och detta trots att företaget textmässigt fokuserar mer på socialt ansvar. Vad detta beror på kan vi dessvärre inte uttala oss om, då vi saknar intervjumaterial från företaget i fråga.

I övrigt kan nämnas att företagen är samstämmiga gällande vilka indikatorer som presenteras, genom att det finns hela **20 gemensamma indikatorer**. Främst ligger dessa under det sociala området arbetskraft. Båda verksamheterna har även gemensamt fler antal måttindikatorer än indikatorer som gäller policys.

5.2 En jämförelse av branscherna

Efter en jämförelse mellan företagen inom varje bransch kan det konstateras att det finns många likheter inom *industri*-, *försäljnings*- och

telefonibranschen. Nästa steg är att se om det även finns likheter och framförallt skillnader mellan branscherna. I vår branschjämförelse har vi främst valt att se över faktorer som **textmängd, miljö, socialt ansvar, övergripande fokusområde** samt **indikatorer**.

Då vi granskade **textmängden** i hållbarhetsredovisningarna såg vi ett tydligt mönster inom respektive bransch, nämligen att dessa förhåller sig till ungefär samma sidantal. Detta är särskilt tydligt hos *industri-* och *telefonibranschen* där sidantalen är exakt lika; 13 respektive 42 sidor. Även försäljningsbranschen uppvisar samma tendens genom att båda företagen presenterar ett stort antal sidor, 60 respektive 81 sidor, vilket dessutom är betydligt fler än i övriga branscher. Detta kan tänkas bero på att såväl *IKEA* som *H&M* tidigare har drabbats av dålig publicitet till följd av sociala och miljömässiga skandaler. Vi har tidigare nämnt exempel på detta i exempelvis bakgrunden då vi illustrerade *IKEA:s* problem med barnarbete. Även *H&M* har dock gått samma öde till mötes, då de haft problem med sina leverantörer.

Anledningen till att företagen inom de olika branscherna redovisar en liknande mängd information tror vi kan vara att konkurrenter tittar på varandra och därför dras åt samma håll. Med detta menar vi inte att företagen tar efter varandras sidmängd, utan snarare att de påverkas av varandra när det gäller innehåll och upplägg samt att detta i slutändan bidrar till ungefär lika omfattande rapporter. Ett sådant antagande grundar vi på det intervjumaterial som erhållits, där ett flertal av företagen erkänner att andra företags hållbarhetsredovisningar fungerar som en inspirationskälla.

Inom **miljöområdet** uppvisar företagen inom varje bransch många likheter. Dock finns en viss åtskillnad mellan branscherna. Medan *industri-* och *telefonibranschen* lyfter fram koldioxidutsläpp och energianvändning prioriterar de båda *försäljningsföretagen* snarare utsläpp från transporter och framförallt de miljöfrågor som berör huvudmaterialet i deras produkter. Detta kan ha sin förklaring i att *H&M* och *IKEA* önskar framhäva och marknadsföra att de använder sig av bomull och trä, vilka båda är relativt naturliga material och därför är att anse som miljövänliga. Dessutom har båda materialen tidigare varit i blåsväder. Bomullodlingar har exempelvis uppmärksammats för att påverka miljön negativt, medan trä har varit omdiskuterat på grund av skövlingen av regnskog. Detta kan ha bidragit till att företagen, framför andra viktiga aspekter, tvingats framhäva att de idag kämpar hårt med att kontrollera att dessa material införskaffats utan att påverka miljön på ett negativt sätt. Detta påstående kan uppbäckas av intressentteorin, som handlar om att organisationen försöker upprätthålla intresset hos omgivningen genom att bland annat redovisa sina ansträngningar externt. Mer tydlig koppling finns dock till legitimitetsteorin,

enligt vilken företaget har fyra alternativa strategier vid exempelvis uppmärksammade skandaler. En av dessa handlar om att företaget kan uppvisa sina planer för att på ett tidigare uppförande och prestationer har förbättrats, vilket kan ge en förklaring till varför försäljningsföretagen framhäver de skandalomsusade materialen så tydligt.

Att koldioxidutsläpp och energianvändning ligger centralt hos övriga branscher tror vi beror på att detta är deras främsta miljöbov. Både *SKF* och *Ericsson*, som utgör representanter för *industri-* och *telefonibranschen*, har nämligen genomfört så kallade livscykelanalyser som visar på att så är fallet. Dessutom har koldioxidutsläpp, som går hand i hand med energiförbrukningen, på senare år uppmärksammats mycket i samband med de omdiskuterade klimatförändringarna som sker världen över. Detta kan ha medverkat till ett ökat tryck från intressenter att företagen aktivt skall minska koldioxidutsläppen och även bekräfta detta externt. Detta antagande kan även stödjas av intressentteorin, som handlar om att företagen försöker behålla sina intressenter genom att bland annat redovisa hållbarhetsinformation externt. Om intressenterna, som i fallet ovan, då efterfrågar information kan det därför tänkas att företagen till varje pris försöker tillgodose denna efterfrågan.

Även inom den *sociala dimensionen* följer *industri-* och *telefoniföretagen* samma linje. Alla företag inom dessa branscher tycks nämligen, på ett eller annat sätt, värdera medarbetare högst. Detta såg vi genom att de antingen tillägnade dem flest sidor eller också nämnde området som prioritet i rapport respektive intervju. Också på denna punkt hade försäljningsbranschen utmärkande drag, genom att istället fokusera på att leverantörer skall ta ansvar, tillhandahålla goda arbetsvillkor och efterfölja mänskliga rättigheter.

Denna skillnad kan tänkas bero på att *IKEA* och *H&M* till större del anlitar fristående leverantörer samt att dessa tidigare varit inblandade i skandaler gällande bland annat barnarbete och usla arbetsförhållanden. Detta kan nämligen ha bidragit till att företagens ansvar har utökats till att även innefatta dess leverantörer, något som *IKEA* och *H&M* troligen även måste visa externt för kunder och andra viktiga intressentgrupper. I detta avseende tror vi att övriga företag sitter mer säkert, då dessa varken använder en lika stor del externa leverantörer eller i samma utsträckning har drabbats av uppmärksammade skandaler. Istället har företagen en stor egen produktion, vilket också kan vara en anledning till att de båda branscherna istället koncentrerar sig på medarbetarna som blir en mycket tydligare och mer central del av verksamheten. Enligt intressentteorin lägger företaget ned störst ansträngningar på de intressenter som anses viktigast, vilket också det kan förklara varför *industri-* och *telefonibranschen* istället prioriterar medarbetarna.

Vi såg även likheter i vilket *fokusområde*, miljö eller socialt ansvar, de olika branscherna valt. Både *försäljnings-* och *telefonibranschen* har enligt oss tydligt valt att ägna mest utrymme åt socialt ansvar, särskilt i textmängd. Företagen inom *industribranschen* har dock inte gjort samma tydliga uppdelning av text, då lika många sidor tillägnas respektive område. Liksom övriga branscher, med undantag av *Ericsson*, har *industribranschen* samtidigt en majoritet av sociala indikatorer. Även denna bransch kan därför anses prioritera socialt ansvar. Dock kan denna majoritet delvis hänga samman med att det faktiskt finns fler sociala indikatorer att presentera enligt *GRI*. Vidare delas det sociala ansvaret in i fler delområden i *GRI*:s index, mer specifikt i *mänskliga rättigheter, arbetskraft, samhälls- och produktansvar*, medan miljö inte uppdelas alls.

Gällande *indikatorerna* har vi redan konstaterat att alla företag förutom *Ericsson* presenterar fler sociala indikatorer. Verksamheterna presenterar dessutom fler mått än policys, förutom *IKEA* som har omvända förhållanden. Vidare kan tilläggas att *industribranschen*, som hela tiden varit mycket jämn i sin utformning, har hela 26 stycken gemensamma indikatorer. Detta kan jämföras med *telefonibranschens* 20 gemensamma indikatorer respektive försäljningsbranschens ynka tio.

Som vi nämnde ovan kan dessa likheter inom respektive bransch hänga samman med påverkan från konkurrenter. Med detta menar vi att vi tror att företagen inspireras av andra företags hållbarhetsredovisningar gällande upplägg och innehåll. Detta är särskilt tydligt i *industribranschen* som rapporterar ett så stort antal gemensamma indikatorer. Dessutom har företagen en exakt lika omfattande rapport, med exakt lika många sidor fördelat på miljö och socialt ansvar och med fokus på exakt samma delområden. Både *SKF* och *Atlas Copco* medger också i intervjuerna att konkurrenterna är en inspirationskälla för att förbättras. Särskilt Annika Berglund på *Atlas Copco* erkänner konkurrenternas inverkan på innehåll och upplägg.

Vi ser även att övriga branscher påverkas av sina konkurrenter inom branschen, detta främst på grund av den slående likheten mellan företagens hållbarhetsredovisningar. *Försäljningsbranschen* presenterar exempelvis båda gedigna rapporter med liknande fokusområden, men även *telefonibranschen* erbjuder ett liknande innehåll med ett exakt lika stort antal sidor. Då intervjumaterial saknas från *telefonibranschen* kan vi angående denna dessvärre endast spekulera om detta utifrån vår egen granskning. Dock finner vi även ett stöd för detta resonemang från kommentarer av de båda *försäljningsföretagen*. Såväl *H&M* som *IKEA* menar nämligen att de tittar på andra verksamheters rapporter både inom och utanför branschen.

5.3 Tänkbara orsaker bakom branschskillnad

Utifrån resonemanget ovan kan det konstateras att även likheter mellan branscherna går att hitta, framförallt mellan *industri-* och *telefonibranschen*. Dock har vi sett att *försäljningsbranschen* står i en klass för sig och nedan behandlas därför vilka orsaker som kan ligga bakom denna situation.

Industri- och *telefonibranschen* har följaktligen uppvisat ett antal likheter. Framförallt har vi här i åtanke vilka områden som lyfts fram inom miljö och socialt ansvar, nämligen koldioxidutsläpp, energianvändning och medarbetare. Kanske kan detta faktum förklaras med att företagen, förutom från konkurrenter, även hämtar inspiration från verksamheter inom andra branscher. Detta påstående kan uppbackas av intervjuer från både *Atlas Copco* och *SKF*. Annicka Berglund, *Atlas Copco*, menar exempelvis att företaget hämtar inspiration från andra verksamheter som är att anse som bra förebilder gällande hållbarhetsredovisning.

Ett dilemma i detta avseende är dock att *försäljningsbranschen* inte tycks följa samma spår, då branschen utmärker sig inom ett flertal aspekter. Framförallt lyfter dessa företag fram helt andra miljömässiga och sociala områden, såsom huvudmaterial och ansvarstagande för leverantörer. Enligt vår mening kan detta bero på *intressenternas inverkan*. Alla företag i vår studie har förvisso liknande intressentgrupper, såsom kunder, leverantörer och medarbetare, men vi tror ändå att dessa ställer olika krav beroende på bransch och verksamhet. Som vi tidigare återknutit till har nämligen *H&M* och *IKEA* uppmärksammats mest i media, särskilt i frågor gällande barnarbete och usla arbetsvillkor hos externa leverantörer. Detta kan vara en anledning till att leverantörer prioriteras framför medarbetare. Dessutom har även bomull och trä, huvudmaterialen i företagens produkter, varit omdiskuterat i olika miljösammanhang, vilket kan förklara att detta område tillägnats större vikt än koldioxidutsläpp och energianvändning. Vi tror nämligen att den stora mediebevakningen har ökat pressen betydligt på *H&M* och *IKEA*, som troligtvis känt sig mer manade att lägga mer tid på att återhämta sig inom dessa områden och framförallt på att marknadsföra dessa ansträngningar externt. Detta beskrivs i legitimitetsteorins första strategi, som handlar om att företaget vid exempelvis skandaler försöker behålla sin legitimitet genom att uppvisa att prestationer och uppförandet har förbättrats.

Att intressenter har en stor påverkan grundar vi för övrigt på våra intervjuer med företagen, där intressenter nämns som en stor inspirationskälla till vad som rapporteras. Sim Tee Lam från *SKF* säger exempelvis att intressenterna påverkas av företagets agerande och att *SKF* därför försöker kommunicera med dem för att förstå deras förväntningar. Även *H&M* och *Atlas Copco*

anser sig påverkas mycket av intressenternas förväntningar och håller därför ständigt dialog med dessa.

Att *försäljningsbranschen* går en annan väg än övriga branscher kan dessutom tänkas hänga samman med utformningen av dessa. Medan *SKF*, *Atlas Copco*, *Ericsson* och *TeliaSonera* delvis är tillverkande företag har *försäljningsföretagen* ingen egen produktion utan endast externa leverantörer. Även i övrigt känns det som att branscherna *telefoni* och *industri* är mer lika till sin utformning, särskilt i hur de påverkar den miljömässiga och sociala omgivningen, och att de därför redovisar liknande information. Både *H&M* och *SKF* har, under intervjuernas gång, dessutom nämnt att innehållet styrs mycket av frågor som är relevanta för verksamheten. Sim Tee Lam på *SKF* säger exempelvis att innehållet i redovisningen bestäms genom att avgöra vilken inverkan företaget har på den sociala och miljömässiga omgivningen. Dessutom kan vi tänka oss att branscher som är lika främst tittar på varandras hållbarhetsredovisningar, för att få vägledning till vad som kan och bör rapporteras respektive utlämnas.

6. Slutsatser och avslutande diskussion

I detta kapitel besvarar vi våra forskningsfrågor och redogör för våra slutsatser. Slutligen dras paralleller med studiens huvudsyfte och delsyfte samt med vår hypotes om att företagen försöker försköna sina verksamheter genom hållbarhetsredovisning.

6.1 Slutsatser

Inledningsvis ställdes två forskningsfrågor utifrån hypotesen att företag försöker försköna sina verksamheter genom deras hållbarhetsredovisningar. Först och främst önskade vi ta reda på om det finns en skillnad i vad företag inom olika branscher väljer att presentera i deras rapporter. Efter en analys av det empiriska materialet kan det konstateras att svaret på frågan är ja, om än aningen ett vagt sådant. Vi har nämligen dragit slutsatsen att **försäljningsbranschen skiljer sig från övriga branscher** genom att fokusera på helt andra sociala och miljömässiga områden. Exempelvis lyfts huvudmaterial respektive leverantörer fram istället för koldioxidutsläpp, energianvändning och medarbetare. Dessutom presenterar **försäljningsföretagen** betydligt mer omfattande rapporter mätt i antalet sidor. I övrigt tycks branscherna ha mycket gemensamt när det gäller rapportering av hållbarhetsfrågor, särskilt som **alla företag sätter socialt ansvar framför miljömässiga frågor**. Denna slutsats har vi dragit utifrån det faktum att området antingen tillägnas flest antal sidor eller att företaget redovisar en tydlig majoritet av sociala indikatorer. I vissa fall har även projekt och samarbeten främst varit inriktade på sociala frågor.

Vår andra forskningsfråga handlade istället om vilka orsaker som ligger bakom en eventuell branschskillnad. Efter spekulationer kring detta har vi kommit fram till att företagens intressenter har en stor del i detta avseende, eftersom dessa tros ställa olika krav på skilda branscher. Enligt oss har **försäljningsbranschen** nämligen varit delaktig i flest antal uppmärksammade skandaler, exempelvis gällande barnarbete, usla arbetsvillkor samt miljöfrågor angående trä och bomull, vilket anses ha medverkat till att kunder och andra viktiga intressenter ställt upp högre krav på rapporteringen kring dessa områden. Legalitetsteorin visar dessutom att företag som drabbas av skandaler kan ha som strategi att bevisa och redovisa för omgivningen att prestationerna har förbättrats. Vår slutsats blir därför att **alla företag styrs av sina intressenter** när det gäller hållbarhetsredovisning. Medan **H&M** och **IKEA** styrs åt rapportering av material och leverantörer, har övriga branscher kravet att istället redovisa koldioxidutsläpp och medarbetare då detta

troligtvis är mer centralt i dessa verksamheter. Denna slutsats grundar vi delvis på vårt insamlade intervjumaterial, där ett flertal företag bestyrker att intressenterna har en betydande inverkan på innehållet i hållbarhetsredovisningarna. Slutsatsen grundas även på intressentteorin, enligt vilken företaget försöker upprätthålla intresset hos omgivningen genom att exempelvis redovisa den information som efterfrågas.

En annan orsak till skillnaden kan vara att företagens hållbarhetsredovisningar styrts upp av det som anses relevant för verksamheterna, vilket nämnts i ett flertal intervjuer. Eftersom *industri-* och *telefonibranschen* är mer lika till sin utformning, bland annat genom att de delvis har egen tillverkning istället för endast externa leverantörer, har dessa säkerligen också en liknande inverkan på miljö och social omgivning. Vår slutsats blir därför att båda branscherna redovisar liknande hållbar information eftersom ***innehållet till stor del bestäms utifrån företagets externa påverkan***, vilken är ungefär densamma för alla berörda företag. *Försäljningsbranschen* tycks istället ha en annan miljömässig och social påverkan, varpå helt andra aspekter fått mest utrymme i dessa företags rapportering.

Syftet med vår studie var att förstå hur *GRI* efterföljs i olika branscher och vilka orsaker som fanns bakom detta, vilket vi anser oss ha uppnått enligt ovanstående resonemang. Underliggande detta syfte fanns dessutom en önskan om att se hur väl hållbarhetsredovisningar inom olika branscher kan jämföras. Utifrån vårt empiriska material kan, i detta avseende, konstateras att användningsgraden av *GRI* skiljer sig markant mellan företagen. Tydligast var detta då vi jämförde de båda *försäljningsföretagen*. *H&M* presenterade nämligen ett fullständigt index i enlighet med *GRI*, innehållande tydligt namngivna och sidhänvisade indikatorer. *IKEA* tillämpade istället *GRI* som inspirationskälla och presenterade inget index överhuvudtaget. Vi håller därför med teoretiker som Artsberg (2005, s. 377) och Bergström (2006, s. 166), som båda hävdar att frivilligheten leder till att rapporteringen sker i olika omfattning.

Av dessa anledningar drar vi slutsatsen att ***olika företags hållbarhetsredovisningar är svåra att jämföra***, eftersom det då är av största vikt att läsaren är medveten om dessa markanta skillnader i tillämpningsgrad. Detta ställer alldeles för höga krav på intressenten som kanske inte alltid har den tid eller den kunskap som krävs för att kunna åstadkomma en fullgod bedömning. Risken finns därmed att läsaren missbedömer situationen helt genom att, utifrån antalet redovisade indikatorer, konstatera att *IKEA* inte alls kommit lika långt i hållbarhetsarbetet som *H&M* trots att företagen i själva verket tycks ha ungefär lika långt utvecklade hållbarhetsredovisningar.

Genom att konstatera att jämförbarheten är låg håller vi således med Larsson (2005, s. 247), som förvisso anser att företagen redovisar liknande hållbarhetsfrågor men att rapporterna ändå inte kan jämföras då det saknas ett allmänt erkänt och accepterat ramverk.

Som delsyfte önskade vi vidare kunna uttala oss angående frågan om lagstiftning krävs för att uppfylla jämförbarhet eller om dagens frivilliga riktlinjer är tillräckliga. Enligt ovanstående resonemang har vi redan dragit slutsatsen att GRI tillämpas i mycket olika omfattning och att jämförbarheten därför är relativt låg. Med det vill vi säga att dagens frivilliga riktlinjer långt ifrån är fullgoda för att kunna göra jämförelser mellan olika företag, utan räcker endast till för att kunna jämföra ett och samma företag från år till år. Därför är vi båda överens om att **en förändring är på sin plats, även om lagstiftning kan tyckas vara lite väl drastiskt**. Istället skulle detta kunna lösas på ett mycket enklare sätt genom att GRI kräver att användarna tydligt beskriver vilken nivå de har valt att lägga sig på. I nuläget erbjuds nämligen tre olika nivåer, men av vad vi kunde se nämndes dessa aldrig av de granskade verksamheterna. Om så varit fallet skulle jämförbarheten förmodligen ha varit mycket högre, eftersom det åtminstone givit läsaren en vink om vilken användningsgrad företaget har och vilka fler företag som håller samma nivå. Därmed skulle i alla fall verksamheter som tillämpar samma nivå kunna jämföras, vilket är ett klart framsteg jämfört med dagens enligt oss ohållbara situation.

Under problemformuleringen hade vi en hypotes om att frivilligheten leder till att företagen försöker försköna verksamheterna genom att lyfta fram positiva aspekter framför negativa sådana. Då vi ovan konstaterat att alla branscher är någorlunda lika när det gäller vad som översiktligt lyfts fram är detta onekligen svårt att besvara, särskilt som alla fokuserar på den sociala aspekten trots att exempelvis *industribranschen* anses vara relativt miljöpåverkande och därmed borde ha kommit längre i den miljömässiga utvecklingen. Samtidigt har vi sett ett flertal exempel på marknadsföring eller försköning. Det mest markanta har varit försäljningsbranschens långa utläggningar om dess naturliga material bomull och trä. IKEA har exempelvis presenterat ett helt kapitel om skogsvård. Slutsatsen av detta resonemang blir därför att **många företag försöker försköna sina verksamheter**, genom att fokusera på det som de gör bra, men detta görs i en mycket lägre utsträckning än den vi först trodde. Detta kan även styrkas teoretiskt genom intressent- respektive legitimitetsteorin, som visar att samspelet med intressenterna kan leda till att företag försöker avleda uppmärksamheten från känsliga frågor genom att framhäva positiva aspekter. Kristina Artsberg (2005, s.377) och Pontus Cerin (Balans 2005, nr11) pekar dessutom på studier respektive verkliga händelser som bekräftar att detta är något som tidigare skett.

6.2 Avslutande diskussion

6.2.1 Kommentarer till undersökningen

Vi har under cirka tio veckors tid skrivit denna uppsats om vad olika branscher lyfter fram i deras hållbarhetsredovisningar. Vårt syfte med studien var delvis att kunna uttala oss om jämförbarheten mellan olika företags rapporter, vilket vi anser oss ha uppfyllt. Även forskningsfrågorna anser vi blivit besvarade och slutresultatet ser vi därför som lyckat, trots att två av undersökningsenheterna valde att inte delta i intervjuerna. Vi tror nämligen att studiens slutresultat ändå har en praktisk relevans för intressenter som önskar jämföra hållbarhetsredovisningar hos företag som verkar inom skilda branscher.

6.2.2 Förslag till vidare forskning

Då vi under uppsatsprocessen erhållit ny kunskap inom området har en del nya funderingar dykt upp, som vi också tror kan bli föremål för fortsatt forskning. Först och främst skulle det vara intressant med en studie i större omfattning och med företag respektive branscher inkluderade. Därutöver skulle det vara intressant att se hur användningsgraden av *GRI* har förändrats inom exempelvis en femårsperiod, eftersom det skulle visa på hur väl redovisningen av hållbarhetsfrågor utvecklats hos olika företag.

7. Källförteckning

Tryckta källor:

Andersen, Heine (1994) *Vetenskapsteori och metodlära – Introduktion*. Lund: Studentlitteratur.

Andersen, Ib (1998) *Den uppenbara verkligheten – val av vetenskaplig metod*. Lund: Studentlitteratur.

Artsberg, Kristina (2005) *Redovisningsteori, -policy och -praxis*. Malmö: Liber Ekonomi.

Bergström, Sören (2006) *Företag med framtid: hållbara företag och hållbar utveckling*. Malmö Liber.

Fagerfjäll, Roland (2001) *Mänskliga rättigheter – företagens ansvar?* SNS Förlag.

Gray et al. (1996) *accounting & accountability – changes and challenges in corporate social and environmental reporting*. Hertfordshire: Prentice Hall Europe

Holme, Idar Mange & Solvang, Bernt Krohn (1997) *Forskningsmetodik – om kvalitativa och kvantitativa metoder*. Lund: Studentlitteratur.

Larsson, Lars-Olle (2005) *Corporate Governance och Hållbar Affärsutveckling*. Falun: Ekerlids förlag.

Löhman, Ola & Steinholtz, Daniel (2003) *Det ansvarsfulla företaget – Corporate Social Responsibility i praktiken*. Stockholm: Ekerlids Förlag.

Patel, Runa & Davidson, Bo (1994) *Forskningsmetofikens grunder – att planera, genomföra och rapportera en undersökning*. Lund: Studentlitteratur.

Thurén, Torsten (1995) *Vetenskapsteori för nybörjare*. Stockholm: Tiger Förlag AB.

Smith, Dag (2006) *Redovisningens språk*. Danmark: Studentlitteratur

Svensson, Per-Gunnar (1996) *Kvalitativa studier i teori och praktik*. Lund: Studentlitteratur.

Elektroniska källor:

Balans nr 2 (2005). *Vem vill revidera socialt ansvar?* (Elektronisk). Tillgänglig: FAR Komplet (2007-03-16).

Balans nr 4 (2005). *Miljörödoöisning avskaffas*. (Elektronisk) Tillgänglig: FAR Komplet (2007-03-16).

Balans nr 8-9. (2005). *Många brister i obligatorisk miljöinformation*. (Elektronisk) Tillgänglig: FAR Komplet (2007-03-16).

Balans nr 10. (2005). *Fler storföretag lämnar hållbarhetsredovisningar*. (Elektronisk) Tillgänglig: FAR Komplet (2007-03-16).

Balans nr 11 (2005). *Legitimitet i den frivilliga hållbarhetsredovisningen*. (Elektronisk) Tillgänglig FAR Komplet (2007-05-31)

Balans nr 11. (2006). *Nya riktlinjer för hållbarhetsredovisning*. (Elektronisk) Tillgänglig: FAR Komplet (2007-03-16).

Balans nr 12 (2006). *IFAC höll världskongress i Turkiet*. (Elektronisk) Tillgänglig: FAR Komplet (2007-03-16).

Atlas Copco. *Hållbarhetsredovisning 2005* (Elektronisk) Tillgänglig: <http://www.corporateregister.com/gri/search.cgi?d=&n=0&com=0&sec=All&cou=Sweden&r> (2007-05-15)

Ericsson. *Hållbarhetsredovisning 2005* (Elektronisk) Tillgänglig: <http://www.corporateregister.com/gri/search.cgi?d=&n=0&com=0&sec=All&cou=Sweden&r> (2007-05-15)

H&M. *Hållbarhetsredovisning 2005* (Elektronisk) Tillgänglig: <http://www.corporateregister.com/gri/search.cgi?d=&n=0&com=0&sec=All&cou=Sweden&r> (2007-05-14)

IKEA. *Hållbarhetsredovisning 2005* (Elektronisk) Tillgänglig: http://www.ikea.com/ms/sv_SE/about_ikea/social_environmental/brochure_message.html#3 (2007-05-17)

SKF. *Hållbarhetsredovisning 2005* (Elektronisk) Tillgänglig:
<http://www.corporateregister.com/gri/search.cgi?d=&n=0&com=0&sec=All&cou=Sweden&r> (2007-05-17)

TeliaSonera. *Hållbarhetsredovisning 2005* (Elektronisk) Tillgänglig:
<http://www.corporateregister.com/gri/search.cgi?d=&n=0&com=0&sec=All&cou=Sweden&r> (2007-05-16)

AccountAbility. *AccountAbility*. (Elektronisk) Tillgänglig:
A: <http://www.accountability21.net/aboutus/default.asp> (2007-05-16)
B: <http://www.accountability21.net/aa1000/default.asp?pageid=293#whatisAA1000series> (2007-05-16)

Atlas Copco. *www.atlascopco.se*. (Elektronisk) Tillgänglig:
A: <http://www.atlascopco.se/sesv/> (2007-05-16)
B: <http://www.atlascopco.se/sesv/AtlasCopcogroup/Whoarewe/Firstinmind/index.asp> (2007-05-16)
C: <http://www.atlascopco.se/sesv/AtlasCopcogroup/Whoarewe/strategies/> (2007-05-16)

Global Compact. *Global Compact*. (Elektronisk) Tillgänglig:
<http://www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/TheTenPrinciples/index.html> (2007-05-16)

GRI. *The GRI Register*. (Elektronisk) Tillgänglig:
<http://www.corporateregister.com/gri/search.cgi?d=&n=0&com=0&sec=All&cou=Sweden&r=a&nr=30> (2007-03-21)

GRI. *Sustainability Reporting Guidelines* (Elektronisk) Tillgänglig:
<http://www.globalreporting.org/ReportingFramework/G3Online/> (2007-05-17)

GRI. *www.globalreporting.org*. (Elektronisk) Tillgänglig:
A: <http://www.globalreporting.org/AboutGRI/> (2007-05-16)
B: <http://www.globalreporting.org/ReportingFramework/AboutReportingFramework/> (2007-05-16)
C: <http://www.globalreporting.org/AboutGRI/FAQs/FAQG3.htm> (2007-05-16)

H&M. *www.hm.com*. (Elektronisk) Tillgänglig:
A: http://www.hm.com/se/omhm/faktaomhm/kortomhm__hminbreif.nhtml (2007-05-16)

B: http://www.hm.com/se/omhm/faktaomhm/vrfilosofi__ourphilo.nhtml
(2007-05-16)

IKEA. *www.ikea.com* (Elektronisk) Tillgänglig:

A: http://www.ikea-group.ikea.com/corporate/about_ikea/index.html (2007-05-16)

B: http://www.ikea.com/ms/sv_SE/about_ikea/timeline/full_story.html
(2007-05-16)

C: http://www.ikea.com/ms/sv_SE/about_ikea/our_vision/better_life.html
(2007-05-16)

Kristinehamn. *Anmälningsplikt* (Elektronisk) Tillgänglig:
http://www.kristinehamn.se/docroot/Forvaltningar/stadsbyggnad/sidor/Webb_sida1209.asp (läst 2007-05-16)

Regeringen. *www.regeringen.se* (Elektronisk) Tillgänglig:

A: 14 maj 2007 <http://www.regeringen.se/sb/d/5467/a/14556> (2007-05-16)

B: <http://www.regeringen.se/sb/d/2657/a/14557> (2007-05-16)

C: <http://www.regeringen.se/sb/d/6936> (2007-05-16)

SKF. *www.skf.com* (Elektronisk) Tillgänglig:

A: http://www.skf.com/portal/skf_se/home/omskf?lang=sv (2007-05-16)

B: http://www.skf.com/portal/skf_se/home/omskf?contentId=056967&lang=sv
(2007-05-16)

TeliaSonera. *www.teliasonera.se* (Elektronisk) Tillgänglig:

A: http://www.teliasonera.se/channelfront1/0,2855,1-se_h-12453,00.html
(2007-05-16)

B: http://www.teliasonera.se/article/0,2858,1-se_h-12883,00.html (2007-05-16)

C: http://www.teliasonera.se/article/0,2858,1-se_h-12882,00.html
(2007-05-16)

Årsredovisningslag. *Förordning (1995:1633) om vissa årsredovisningsfrågor*. (Elektronisk) Tillgänglig:

<http://www.notisum.se/index2.asp?sTemplate=/template/index.asp&iMenuID=314&iMiddleID=285&iParentMenuID=236&iLanguageID=>
(2007-03-21)

Bilaga 1

Sammanställning av företagens indikatorer

	Industri		Försäljning		Telefoni	
Ekonomi	SKF	Atlas Copco	Ikea	HM	Ericsson	Telia Sonera
EC1, nettoomsättning	X (1)	X (1)	X (1)	X (1)	X (1)	X (1)
EC2, geografisk uppdelning av marknader	X (1)	X (1)	X (1)	X (1)	X (1)	X (1)
EC3, leverantörer (kostnad av inköpta varor)	-	X (1)	-	-	-	X (1)
EC4, betalning enligt kontrakt	-	-	-	-	-	X (1)
EC5, anställda (löner)	X (1)	-	-	-	X (1)	X (1)
EC6, utdelning och räntekostnader	X (1)	X (1)	-	-		X (1)
EC7, balanserad vinst och förlust	X (1)		-	X (1)		X (1)
EC8, erlagd skatter uppdelat per land	Delvis (0.5)	Delvis (0.5)	-	X (1)	X (1)	Delvis (0.5)
EC9, mottagna subventioner uppdelat per land eller region	-	-	-	-	-	X (1)
EC10, donationer till samhälle och andra grupper	-	-	Delvis (0.5)	X (1)	X (1)	X (1)
Miljö						
EN1, total materialanvändning	X (1)	-	-	-	Delvis (0.5)	-
EN2, material	X (1)	-	-	-	-	-
EN3, energiförbrukning	X (1)	X (1)	-	X (1)	X (1)	X (1)
EN4, energi (indirekt användning)	X (1)	-	-	-	X (1)	X (1)
EN5, total vattenförbrukning	X (1)	X (1)	-	-	X (1)	X (1)
EN6, biologisk mångfald	-	-	-	-	-	X (1)
EN7, inverkan på biologisk mångfald	-	-	-	-	-	X (1)
EN8, växthusgaser	X (1)	X (1)	-	X (1)	X (1)	X (1)
EN9, ozon nedbrytande ämnen	Delvis (0.5)	-	-	-	-	-
EN10, NOx- SOx-utsläpp	-	-	-	X (1)	Delvis (0.5)	-
EN11, avfall	X (1)	X (1)	-	X (1)	X (1)	X (1)
EN12, vattenutsläpp	-	-	-	-	Delvis (0.5)	-
EN13, spill (olja, kemikalier, bränslen)	X (1)	X (1)	-	-	-	-
EN14, miljöpåverkan från produkter och service	X (1)	X (1)	-	X (1)	X (1)	X (1)
EN15, återvinning av produkter	-	-	X (1)	-	-	-
EN16, efterlevnad av lagar och regler (böter och incidenter)	-	X (1)	-	-	-	X (1)

EN27, mål och program	-	X (1)	-	X (1)	-	-
EN30, indirekta växthusgasutsläpp	-	-	-	X (1)	X (1)	-
EN34, miljöpåverkan från transporter	-	-	-	X (1)	-	-
Social						
<i>Arbetskraft</i>						
LA1, fördelning av anställda	X (1)	X (1)	-	X (1)	X (1)	X (1)
LA2, genomsnittlig omsättning	X (1)	-	-	X (1)	Delvis (0.5)	X (1)
LA3, procent av anställda representerade av självständiga fackföreningar	X (1)	-	-	-	-	X (1)
LA4, policy för förhandling med anställda vid omstrukturering	X (1)	-	-	-	-	X (1)
LA5, yrkesskador och sjukdomar	X (1)	X (1)	-	-	-	X (1)
LA6, Hälsa- och säkerhetskommittéer	X (1)	X (1)	-	-	Delvis (0.5)	X (1)
LA7, skador, sjukdagar och frånvaro	X (1)	X (1)	-	-	-	X (1)
LA8, policys, program ang. HIV/AIDS	X (1)	X (1)	X (1)	-	-	X (1)
LA9, genomsnittlig undervisningstid	-	X (1)	-	-	-	X (1)
LA10, policy ang. lika möjligheter	X (1)	X (1)	-	-	X (1)	X (1)
LA11, sammansättning av ledning	X (1)	X (1)	-	X (1)	X (1)	X (1)
<i>Mänskliga rättigheter</i>						
HR1, policys ang. mänskliga rättigheter	X (1)	X (1)	IWAY (1)	X (1)	Delvis (0.5)	X (1)
HR2, mänskliga rättigheters effekter	X (1)	-	-	X (1)	-	-
HR3, policys för mänskliga rättigheter i leverantörskedjan	X (1)	X (1)	IWAY (1)	X (1)	Delvis (0.5)	-
HR4, diskriminering	X (1)	X (1)	IWAY (1)	X (1)	X (1)	X (1)
HR5, föreningsfrihet	X (1)	X (1)	IWAY (1)	X (1)	-	X (1)
HR6, barnarbete	X (1)	X (1)	IWAY (1)	X (1)	-	X (1)
HR7, tvångsarbete	X (1)	X (1)	IWAY (1)	-	-	X (1)
<i>Samhälle</i>						
SO1, policys ang. inverkan på samhället	X (1)	X (1)	-	-	-	X (1)
SO2, policys ang. mutor och korruption	X (1)	X (1)	-	X (1)	X (1)	X (1)
SO3, policys ang. lobbying	X (1)	X (1)	-	-	-	X (1)
<i>Produktansvar</i>						
PR1, kunders hälsa och säkerhet	X (1)	-	X (1)	X (1)	X (1)	X (1)
PR2, policys ang. produkt- och serviceinformation	-	-	-	X (1)	X (1)	X (1)
PR3, Respect for Privacy	-	-	-	X (1)	-	X (1)
PR9, marknadsföringspolicy	-	-	X (1)	X (1)	-	-
PR10, överträdelser av marknadsföringsregler	-	-	-	-	-	-

Bilaga 2

1. När började ni arbeta med hållbarhetsfrågor?
2. Vi har tittat på hållbarhetsredovisningen där ni tillämpar GRI, varför har ni valt just dessa riktlinjer? Och vad tycker ni om dem?
3. När började ni tillämpa dessa riktlinjer? Och hur har graden av användning utvecklats fram till idag?
4. Ungefär hur mycket tid och resurser läggs ner på hållbarhetsredovisning?
5. Vad anser ni viktigast inom hållbarhetsområdet?
6. Vilket område anser ni er ha kommit längst med? Och i sådana fall varför?
7. Vad styr innehållet i hållbarhetsredovisningen?
8. Tillämpas någon branschspecifik mall för rapporteringen?
9. Påverkas ni av innehållet hos konkurrenternas hållbarhetsredovisningar?
10. Hur stor inverkan har önskemål från intressenter, såsom kunder, media och medarbetare? Vilka intressenter ställer högst krav?

Bilaga 3

Jämförelse mellan företag inom industribranschen

	SKF	AtlasCopco
Integrerad	ja	ja
Index	ja	halvt
Certifiering och medlemskap	ISO14001, World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), Internationell standard för arbetsmiljöledningssystem (OHSAS18001)	ISO14001
Sidantal	13	13
Miljö		
Sidantal (procent av total mängd)	4 (31%)	4 (31%)
Vad lämnas mest utrymme?	Energi & kolväteanvändning	Produktionsenheter, Produkter & service
Hur delas miljöområdet upp?	Produkter & tjänster, Energi & kolväteanvändning, Material, Vatten, Avfallshantering, Efterlevnad	Produktionsenheter, Maskinuthyrning, Produkter & service
Exempel på samarbeten?	Global Compact	Global Compact
Exempel på projekt som stöds?	BeyondZero	Trädplantering, Vattenåtervinning
Fokus enligt rapport?	Ständigt förbättra företagets användning av energi och naturresurser	Talar mycket om utsläpp och energianvändning (egna kommentarer)
Fokus enligt intervjun?	Allt är viktigt	miljö
Socialt ansvar		
Sidantal (procent av total mängd)	4 (31%) (inkl. bilder)	4 (31%)
Vad lämnas mest utrymme?	Medarbetare	Rättvisa & mångfald
Hur delas det sociala upp?	Medarbetare, Hälsa & säkerhet	Mänskliga rättigheter & affärsetik, Hälsa, Säkerhet & välmående, Kompetensutveckling, Rättvisa & mångfald.
Exempel på samarbeten?	Global Compact, ILO	Global Compact, Amnesty Business Group, ILO
Exempel på projekt som stöds?	Noll olyckor, Barnsjukhus i Buenos Aires, Egna lednings & utbildningsprogram	Vatten åt alla, Stöd till yrkesfiskare i Kenya, anställda med HIV/AIDS
Fokus enligt rapport?	-	Fokus på medarbetarna genom att eftersträva säker & hälsosam arbetsmiljö
Fokus enligt intervjun?	Allt är viktigt	Hälsa & säkerhet
Indikatorer		
Antal indikatorer totalt	36 st	29,5 st
Antal ekonomiska	5,5 (10)	4,5 (10)

(av totalt)		
Andel ekonomiska	55%	45%
Antal miljömässiga (av totalt)	9,5 (19)	8 (19)
Andel miljömässiga	50%	42%
Antal social (av totalt)	21 (26)	17 (26)
Andel sociala	81%	65%
Antal mått och policys	22 mått 14 Policys	17,5 mått 12 policys
Antal gemensamma indikatorer?	26 st	-
Antal unika indikatorer för företaget?	10 st	4 st

Bilaga 4

Jämförelse mellan företag inom försäljningsbranschen

	IKEA	H&M
Integrerad	<i>nej</i>	<i>nej</i>
Index	<i>nej</i>	<i>ja</i>
Certifiering och medlemskap	-	<i>eget miljöledningssystem</i>
Sidantal	60	81
Miljö		
Sidantal	13 (22%)	13 (16%)
Vad lämnas mest utrymme?	<i>Skog</i>	<i>projekt och miljöprestanda</i>
Hur delas miljöområdet upp?	<i>Produkter & material, Leverantörskedjan, Miljöarbete</i>	<i>Miljöledning och Aktiviteter & prestationer</i>
Exempel på samarbeten?	<i>BLICC, BSR, Global Compact, GFW (global forest watch), Forest Stewardship Council (FSC), Greenpeace, CCWG, WWF</i>	<i>Global Compact,</i>
Exempel på projekt som stöds?	<i>miljö med fokus på skogsvård</i>	<i>Better Cotton Initiative - minska bomullens miljöpåverkan</i>
Fokus enligt rapport?	<i>Minska utsläppen orsakade av transporter av varor och kunder</i>	<i>Påverkan vid bomullsodling & tygfabriker, koldioxidutsläpp vid transport</i>
Fokus enligt intervjun?	<i>Påverkan från produkter och material, Energiförbrukning, Hållbara transportlösningar</i>	<i>Bomullsfrågan</i>
Socialt ansvar		
Sidantal	32 (53%)	40 (53%)
Vad lämnas mest utrymme?	<i>Leverantörskedjan (i sidantal)</i>	<i>Arbetsvillkor i leverantörskedjan</i>
Hur delas det sociala upp?	<i>Medarbetare, Leverantörskedjan, Involvering i samhället, Intressenter & partners</i>	<i>Arbetsvillkor i leverantörskedjan, Engagemang för intressenter, Involvering i samhälle & välgörenhet, Produktansvar, Kommunikation & marknadsföring</i>
Exempel på samarbeten?	<i>BSR, UNICEF, Rädda Barnen, Global Compact</i>	<i>WaterAid, UNICEF, Global Compact</i>
Exempel på projekt som stöds?	<i>Barn och kvinnor</i>	<i>Better Cotton Initiative - minska bomullens sociala påverkan</i>
Fokus enligt rapport?	<i>Säkra och hälsosamma produkter</i>	<i>Att lev. skall upprätthålla mänskliga rättigheter och goda arbetsvillkor</i>
Fokus enligt intervjun?	<i>Ansvarsfulla leverantörer</i>	<i>Bomullsfrågan</i>
Indikatorer		
Antal indikatorer totalt	12,5 st	27 st
Antal ekonomiska (av totalt)	2.5 (10)	5 (10)
Andel ekonomiska	25%	50%

Antal miljömässiga (av totalt)	1 (19)	8 (19)
Andel miljömässiga	5%	42%
Antal social (av totalt)	9 (26)	14 (26)
Andel sociala	35%	54%
Antal mått och policys	3,5 mått och 9 policys	15 mått och 12 policys
Antal gemensamma indikatorer?	10 stycken	-
Antal unika indikatorer för företaget?	3 stycken	17 stycken

Bilaga 5

Jämförelse mellan företag inom telefonibranschen

	Ericsson	TeliaSonera
Integrerad	<i>nej</i>	<i>nej</i>
Index	<i>ja (G3)</i>	<i>ja</i>
Certifiering och medlemskap	<i>ISO14001</i>	<i>ISO14001, ISO26 000</i>
Sidantal	<i>42</i>	<i>42</i>
Miljö		
Sidantal (procent av total mängd)	<i>10 (24 %)</i>	<i>6 (14 %)</i>
Vad lämnas mest utrymme?	<i>Profil</i>	<i>Alla områden lika omfattande</i>
Hur delas miljöområdet upp?	<i>Policy, Profil, Miljödesign, Miljöpåverkan från fabriker</i>	<i>Klimatförändringar & energi, EMF</i>
Exempel på samarbeten?	<i>Global Compact</i>	<i>ETNO, indirekt Global Compact</i>
Exempel på projekt som stöds?	<i>Design for Environment program (DfE),</i>	-
Fokus enligt rapport?	<i>minska energikonsumtion, minska koldioxidutsläpp</i>	<i>Koldioxidutsläpp, elektromagnetiska fält</i>
Fokus enligt intervjun?	-	-
Socialt ansvar		
Sidantal (procent av total mängd)	<i>12 (29 %)</i>	<i>18 (43 %)</i>
Vad lämnas mest utrymme?	<i>Medarbetare</i>	<i>Alla områden lika omfattande</i>
Hur delas det sociala upp?	<i>Leverantörskedjan, Medarbetare, Involvering i samhället, Radiovågor</i>	<i>Marknadsplats, Arbetsplats, Samhälle</i>
Exempel på samarbeten?	<i>Global Compact</i>	<i>Amnesty Business Group, ETNO, ILO-konventioner</i>
Exempel på projekt som stöds?		<i>En skola i Zambia, Tsunami, Stormen Gudrun etc.</i>
Fokus enligt rapport?	<i>Mänskliga rättigheter, rättvisa bland medarbetare</i>	<i>Mänskliga rättigheter, arbetsetik, arbetsvård</i>
Fokus enligt intervjun?	-	-
Indikatorer		
Antal indikatorer totalt	<i>22,5 st</i>	<i>40,5 st</i>
Antal ekonomiska (av totalt)	<i>5 (10)</i>	<i>9,5 (10)</i>
Andel ekonomiska	<i>50%</i>	<i>95%</i>
Antal miljömässiga (av totalt)	<i>8,5 (19)</i>	<i>9 (19)</i>
Andel miljömässiga	<i>45%</i>	<i>47%</i>
Antal social (av totalt)	<i>9 (26)</i>	<i>22 (26)</i>

Andel sociala	35%	85%
Antal mått och policys	16,5 mått, 6 policys	25,5 mått, 15 policys
Antal gemensamma indikatorer?	21 st	-
Antal unika indikatorer för företaget?	6 st	20 st

Högskolan i Borås

Högskolan i Borås bildades i samband med högskolereformen 1977. Högskolans textila utbildningar har dock sitt ursprung redan i den Tekniska Väfskolan från 1866.

Idag är Högskolan i Borås en nationell högskola med studenter från hela landet. Högskolan i Borås ger utbildningar inom följande ämnesområden; biblioteks- och informationsvetenskap, textil, teknik, barn- och ungdomspedagogik samt data/informatik och ekonomi.

Forskning och utvecklingsarbete är en expanderande del av högskolans verksamhet. En viktig del i detta arbete är en nära samverkan med företag, statliga myndigheter och kommuner både i Sverige och utomlands.

Institutionen för data- och affärsvetenskap

Institutionen för data- och affärsvetenskap ger utbildningar inom följande två områden: ekonomi och informatik. Samverkan mellan institutionens ämnen har lett till unika utbildningsprogram, i första hand magisterutbildningar som bygger på ämneskombinationen informatik och företagsekonomi.

Institutionen för data- och affärsvetenskap ger följande utbildningar: Civilekonomutbildning 120/160 poäng, Dataekonomutbildning 120/160 poäng, Systemarkitekturutbildning 120/160 poäng, Systemvetarutbildning 120/160 poäng, Fastighetsmäklarutbildning 80 poäng, Event Management 80 poäng, Magisterutbildning i entreprenörskap och affärsdesign, Magisterutbildning i direktmarknadsföring 121-160 poäng Kandidat-/magister-utbildning i företagsekonomi 81-120/160 poäng samt Kandidat-/magister-utbildning i informatik 81-120/160 poäng

Därutöver erbjuder institutionen fristående kurser ekonomi, juridik och informatik.

För mer information:

Högskolan i Borås
501 90 Borås
Tel 033-435 40 00
Fax 033-435 40 03
E-post: Info@hb.se
Internet: <http://www.hb.se>