

Kandidatuppsats

Våren 2010

Sektionen för Hälsa och Samhälle

Företagsekonomi

Hållbarhetsredovisning i fyra olika branscher För vem och i vilket syfte?

Författare

Jasmina Ramovic

Mirha Rastoder

Handledare

Bengt Göransson

Fredrik Ljungdahl

Examinator

Stig Westerdahl

Förord

Vi vill tacka våra handledare, Bengt Göransson och Fredrik Ljungdahl, för värdefulla synpunkter och som hela tiden manat oss att prestera bättre. Ett stort tack till er båda!

Vi vill även tacka våra respondenter som ställt upp och låtit sig intervjuas och slutligen vill vi även tacka vår opponentgrupp.

Kristianstad

September 2010

Jasmina Ramovic

Mirha Rastoder

Sammanfattning

Miljö är ett aktuellt ämne världen över som engagerar politiker, företag och vanliga medborgare. I dagsläget finns det många katastrofer som uppmärksammas och den negativa uppmärksamheten dessa katastrofer har fått i media kan innebära stora konsekvenser för företagen. Därför väljer allt fler företag att upprätta så kallade hållbarhetsredovisningar där de beskriver sitt miljöarbete och sitt samhällsansvar.

Syftet med uppsatsen är att klargöra och förstå företagens avsikter med hållbarhetsredovisningar och till vilka målgrupper de vänder sig samt klargöra och förklara skillnader mellan tillverknings- och tjänsteföretag. De särskilt viktiga forskningsfrågor som därmed genereras formuleras enligt följande; För vem och i vilket syfte hållbarhetsredovisar de svenska företagen? Finns det skillnader mellan de valda branschernas redovisningar och i så fall vilka? Hur uppfattar intressenterna hållbarhetsredovisningen och hur används den av intressenterna?

För att förstå fenomenet användes intressentteori, legitimitetsteori och institutionell teori samt GRI:s ramar och riktlinjer. Empiriska data samlades in via intervjuer av personer som innehar seniora befattningar på respektive företag, samt företagens hållbarhetsredovisningar.

Studien visar att både företag inom tillverkningsindustrin och ett av företaget inom tjänstesektorn framställer hållbarhetsredovisningar. Dessa tre företag hävdade att skälet till att de hållbarhetsredovisar är att de vill upprätthålla en dialog med sina intressenter för att kontinuerligt kunna utvecklas och därmed förbättra sin rapportering och företagens ansvar. Dessa företag har lärt sig att genom att föra intressentdialoger förbättrar man möjligheterna att tillmötesgå kraven från intressenterna i det egna företaget. Den stora upptäckten var att TeliaSonera har en nästan lika bra hållbarhetsredovisning enligt GRI:s fyra redovisningsprinciper, som Vattenfall och Boliden. En möjlig förklaring är att svenska staten är ägare av både TeliaSonera och Vattenfall. Tidigare forskning har visat att det finns tryck från den svenska staten på företagen att vara transparenta och att föregå med gott exempel inom hållbarhetsredovisning.

Abstract

Sustainability reporting in four different industries

For whom and for what purpose?

Environmental issues are topical worldwide involving politicians, businesses and ordinary citizens. Disasters worldwide have received negative attention in the media which may have implications for companies. Therefore, more and more companies establish so-called sustainability reports in which they describe their environmental responsibility.

The aim of this paper is to clarify and understand the intention of sustainability reports and to establish what primary stakeholders they address. Furthermore, the aim is to identify and explain the differences between corporations within manufacturing- and service industries. The research questions thus generated read as follows: For whom and for what purpose do Swedish companies report on environmental issues? Are there differences between corporations within manufacturing- and service industries? How is the sustainability reporting perceived and how do the stakeholders use the information? We have used the lens of stakeholder theory, legitimacy theory, institutional theory and GRI conception framework and guidelines in order to understand the phenomenon. The empirical data is based on interviews of senior officials from four different corporations and their corporate sustainability reports.

The study show that both corporations within the manufacturing industries and one of the corporations within the service industries produce sustainability reports. These three corporations claimed that the reason for producing and disclosing sustainability reports were to maintain a dialogue with their stakeholders in order to continuously evolve and thus improve their reporting and corporate responsibility. What the three companies that disclose sustainability reports have in common were that they all, to some extent, experienced institutional pressure from their environment. These companies have learned that by keeping stakeholder dialogues, they improve the possibility of meeting the demands from the stakeholders. The great discovery was that TeliaSonera has an almost equally good sustainability report according to the GRI four accounting principles, as Vattenfall and Boliden. One possible explanation is that the Swedish State is a major owner in both TeliaSonera as well as in Vattenfall. Previous research has shown that there is a pressure from the Swedish State on the corporations to be transparent and serve as good examples in sustainability reporting.

GRI	Global Reporting Initiative är en standard med riktlinjer för företag som upprättar hållbarhetsredovisning
Hållbarhetsredovisning	Ett företags redovisning av miljö, sociala och etiska samt ekonomiska aspekter
CERES	Coalition for Socially Responsible Economies är en organisation som 1997 grundade GRI
CRS	Corporate Social Responsibility är att företagen på frivillig grund tar sig an de sociala och miljömässiga effekter som man har på omgivningen
Intressent	En intressent är en individ, grupp eller organisation som påverkas eller bli påverkad av en organisations verksamhet.
Intressentdialog	Ett företags dialog med sina intressenter

1. INLEDNING.....	7
1.1 BAKGRUND.....	7
1.2 PROBLEMDISKUSSION	8
1.3 PROBLEMFÖRMULERING	10
1.4 SYFTE	11
1.5 DISPOSITION	12
2. METOD	13
2.1 DATAINSAMLINGSMETOD	13
2.2 URVAL.....	14
2.3 TILLVÄGAGÅNGSSÄTT	14
2.4 KÄLLKRITIK/SJÄLVKRITIK.....	15
3. TEORI.....	17
3.1 TEORETISK REFERENSRAM.....	17
3.2 VAD ÄR HÅLLBARHETSREDOVISNING?	18
3.2.1 <i>Principer för redovisningsinnehåll enligt GRI</i>	19
3.3 LEGITIMITETSTEORI.....	20
3.4 INTRESSENTTEORI.....	21
3.5 INSTITUTIONELL TEORI	23
3.6 HUR SKA VI ANVÄNDA DE PRESENTERADE TEORIerna?	24
4. EMPIRI	25
4.1 INLEDANDE INFORMATION.....	25
4.2 FÖRETAGSPRESENTATION	25
4.3 RESULTAT AV INTERVJUerna.....	26
4.4 DOKUMENTSTUDIEN	31
4.5 SAMMANFATTANDE RESULTAT AV DOKUMENTSTUDIEN	35
5. ANALYS	37
5.1 LEGITIMITETSTEORIN	37
5.2 INTRESSENTTEORIN	38
5.3 INSTITUTIONELL TEORI	39
5.4 DE TRE TEORIernas FÖRKLARINGSVÄRDE	40
6. SLUTSATS OCH DISKUSSION	42
6.1 SLUTSATS	42
6.1.1 <i>För vem och i vilket syfte hållbarhetsredovisar de svenska företagen?</i>	42
6.1.2 <i>Finns det skillnader mellan de valda branschernas redovisningar och i så fall vilka?</i>	43
6.1.3 <i>Hur uppfattar intressenterna hållbarhetsredovisningarna och hur används den av dem?</i>	44
6.2 FÖRSLAG TILL VIDARE FORSKNING	45
KÄLLFÖRTECKNING	47
BILAGOR.....	50
BILAGA 1.....	50

1. Inledning

I det inledande kapitlet behandlar vi hållbarhetsredovisningens bakgrund. Därefter följer en problemdiskussion med problemformulering och syfte. Vidare återfinns även studiens avgränsningar och uppsatsen disposition.

1.1 Bakgrund

Miljö är ett aktuellt ämne världen över som engagerar politiker, företag och vanliga medborgare (PwC, 2009). I dagsläget har den stora oljekatastrofen vid den Mexikanska kusten fått stor uppmärksamhet då det har läckt ut olja till havs och nu ökar oron för att katastrofen kommer att slå ut havslivet (Svd, 2010). Tidigare skandaler som har uppmärksammats är korrruptionen inom Enron, Skandias bonussystem och Skanskas miljöskandal vid Hallandsåsen (Affärsvärlden, 2010). Den negativa uppmärksamheten som dessa skandaler har fått i media kan innebära stora konsekvenser för företagen. Företagens rykte står på spel eftersom det har stor betydelse för hur företagen uppfattas av olika intressenter. Konkurrenter och kunder kan byta samarbetspartners, anställda kan välja att säga upp sig och aktieägare kan välja att placera sina pengar i andra bolag (Schroeder, 2002).

Hållbarhetsredovisning är en utveckling av den tidigare miljöredovisningen (Grankvist, 2009). Hållbarhetsredovisning är frivilligt för alla utom de statliga svenska företagen där regeringen sedan 2008 ställer krav att de måste hållbarhetsredovisa och även att redovisningen ska baseras på Global Reporting Initiative, GRI:s riktlinjer (Regeringen, 2010). Begreppet hållbar utveckling har definierats av FN:s kommission för miljö och utveckling i ”Vår gemensamma framtid” (1987), även kallad Brundtlandrapporten:

”Hållbar utveckling innebär att tillgodose behoven hos dagens generation, utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillgodose sina behov” (Grankvist, 2009 s. 18)

Företaget måste på ett medvetet sätt medverka till en hållbar utveckling. Samspelet mellan företag, individer och gemensamma institutioner är ett av samhällets viktigaste roller för en bra utveckling eftersom hållbarhet innebär att något inte tar slut (Bergström, Catasús, Ljungdahl, 2002). Det finns en ny medvetenhet kring hållbarhetsfrågor som bevitnats genom att stor

uppmärksamhet har riktats mot klimatförändringar och mänskliga rättigheter. Hållbarhetsfrågor går alltmer till folks sinnen och därför blir hållbarhetsrapportering en viktig form av kommunikationsmedel.

Det är spännande tider för hållbarhetsredovisning. Företag är inte enbart medvetna om de konsekvenser de har på samhället och miljön utan de blir även alltmer medvetna om behovet av att rapportera om sådana miljöfrågor på ett konsekvent, tydligt och öppet sätt (GRI, 2008).

Ett viktigt namn inom hållbarhetsredovisning är CSR, Corporate Social Responsibility, som är ett centralt begrepp när det gäller ansvarstagande. Det handlar om att företagen på frivillig grund tar sig an de sociala och miljömässiga effekter som man har på omgivningen (Grankvist, 2009).

Företagens arbete med att upprätta en hållbarhetsredovisning har som syfte att mäta, prestera och ta ansvar för arbetet mot en hållbar utveckling. I rapporten "Count me in- The readers take on sustainability reporting" (GRI, 2008) som de gjort tillsammans med SustainAbility reporting på uppdrag av GRI, anger en stor majoritet av respondenterna i studien att bilden av de rapporterade företagen förbättras genom publicering av en hållbarhetsredovisning. Företagen kan välja mellan att publicera sin hållbarhetsredovisning som en fristående rapport eller som ett avsnitt i årsredovisningen, och de statliga bolagen ska även publicera rapporten på företagets hemsida (Regeringen, 2010). Rapporteringen av hållbarhetsarbetet riktar sig både till företagets externa och interna intressenter. Det resulterar i att företagets utformning av hållbarhetsredovisningarna kompliceras av intressenternas olika synpunkter (GRI, 2008). Vi kommer enbart att fokusera oss på de externa intressenterna i vår studie och se om det finns skillnader i målgrupperna.

1.2 Problemdiskussion

Som det nämndes tidigare är hållbarhetsredovisning frivilligt för alla företag förutom de statliga företagen där staten ställer krav på att de måste hållbarhetsredovisa sedan 2008 (Regeringen, 2010). GRI, är de mest vedertagna och allmänt accepterade internationella riktlinjer. Dessa riktlinjer har funnits sedan 2000-talet och är numera väl etablerade bland de stora företagen. Hållbarhetsredovisningar har fått kritik i media. Då det inte är lagstadgat att hållbarhetsredovisningar behöver vara granskade externt, ifrågasätts tillförlitligheten om det

som rapporteras stämmer med verkligheten. Det kan då uppfattas att det görs i marknadsföringssyfte av media i form av reklamsyfte. För att en hållbarhetsredovisning ska anses vara tillförlitlig kan man låta en oberoende part granska hållbarhetsredovisningen (Tidström, 2008).

För att företag ska kunna uppnå lönsamhet måste de visa att de har samma värderingar som omgivningen. Definitionen benämns som legitimitetsteori och den bygger på antagandet att det finns ett socialt kontrakt mellan företaget och samhället. Samhället kräver att företaget ska agera på ett visst sätt för att företaget ska uppfattas som legitimt av utomstående (Deegan, Unerman, 2006). Fast företag agerar och gör det som förväntas av dem, behöver de även upplysa samhället om deras verksamhet och dess trender genom en hållbarhetsredovisning. Företag existerar endast på grund av att samhället anser att de är legitima. Om företagen inte upprättar jämförbara redovisningar leder det till att intressenter anser att de har någonting att dölja (Deegan, 2002).

I studien ”Count me in- The readers take on sustainability reporting” (GRI, 2008) som de gjort tillsammans med SustainAbility reporting på uppdrag av GRI undersöker för första gången läsare samt deras preferenser och beteende. Med läsarna avses i undersökningen de som är vana läsare av redovisningar, till exempel aktieägare och studenter, samt läsare som inte är vana att läsa redovisningar. Informationen från hållbarhetsredovisningar används av intressenterna främst som beslutsunderlag för att bestämma vilka produkter intressenterna ska köpa, vilka företag de ska samarbeta med eller för att fatta investeringsbeslut. I studien undersöks även vad som utmärker en trovärdig hållbarhetsredovisning. Hållbarhetsredovisningen ska bland annat grundas på internationellt accepterade riktlinjer, tydligt redovisa hur hållbarhetsarbetet kopplas samman med företagets kärnverksamhet och även omfatta de negativa resultaten. Utöver det här vill läsarna kunna se vilka handlingar som vidtas för att åtgärda hållbarhetsproblem samt att företaget visar sitt engagemang för hållbarhetsarbetet (GRI, 2008)

Enligt intressentteorin finns det ett beroendeförhållande mellan företaget och dess olika intressenter, vilket leder till att intressenter ställer vissa krav på företaget. (Bruzelius & Skärvad, 2004). Kraven kan till exempel vara att ägarna vill ha avkastning på deras satsade kapital. Anställda vill ha bra lön för deras arbetsinsats. Företagsledningen vill ha bra lön för sin arbetsinsats. Leverantörerna vill ha kunder som betalar i rätt tid och som lämnar sina

beställningar i god tid. Kunderna vill ha bra varor till bra pris. Långivarna vill ha ränta och säkerhet för det utlånade kapitalet. Samhället, det vill säga, stat och kommun, önskar att företagen fungerar på ett samhällsekonomiskt nyttigt sätt, skapar arbetstillfällen samt betalar skatt. En intressent deltar bara i ett företags verksamhet så länge som de belöningar han får ut är lika stora eller större än de bidrag som de ger till företaget. Därför fortlever företag bara så länge som det förmår åstadkomma belöningar som är tillräckligt stora för att stimulera intressenterna att lämna sina bidrag (Olsson, Skärvad, 2005). Huvudorsakerna till att intressenter läser hållbarhetsredovisningar är bland annat för att få ökad förståelse för företaget och jämföra företaget med andra. De industrisektorer som har en lång historia av hållbarhetsredovisning bakom sig leder fortfarande utvecklingen. Banksektorn och tjänsteföretag ligger i det här sammanhanget efter, men även bland företag med stor erfarenhet av hållbarhetsredovisning finns det utrymme för förbättringar (PwC, 2010). Tidigare forskning har visat att finansiella företag inte har de institutionella påtryckningar att hållbarhetsredovisa medan de statligt ägda företagen har det (Tagesson, 2009). Professor Lars Hassel vid Handelshögskolan Umeå universitet har med tidigare forskning visat att företag som har investerat i att minska sina miljörisker och sociala risker har fått en bättre värdeutveckling på börsen jämfört med företag som inte investerat i de här områdena (Larsson, Ljungdahl, 2008). Studier har även visat att företag hellre redovisar positiva framsteg än negativa nyheter i miljöarbetet (Artsberg, 2005).

1.3 Problemformulering

Den bakgrund som tecknats i 1.2 pekar på två intressanta problemområden, dels hur hållbarhetsredovisningarnas innehåll tolkas och förstås i ett intressentperspektiv, dels eventuella skillnader mellan branscher, främst tillverknings- och tjänsteföretag. Problemområdena är särskilt intressanta att studera eftersom hållbarhetsredovisningarna är nya företeelser och dessutom utformas helt av företagen själva utan extern granskning. Kunskaper om hur det ser ut idag kan därför bidra till att hållbarhetsredovisningarna utvecklas och vinner ökad respekt och tilltro hos intressenterna. Därvid kan kunskaper om vilka de viktigaste intressenterna är också ha stor betydelse för utvecklingsarbetet. Vi väljer ut och avgränsar oss till de fyra branscherna tillverkning, gruvdrift, finans och tjänsteproduktion. Dessutom begränsar vi oss till svenska företag som har publicerat sina

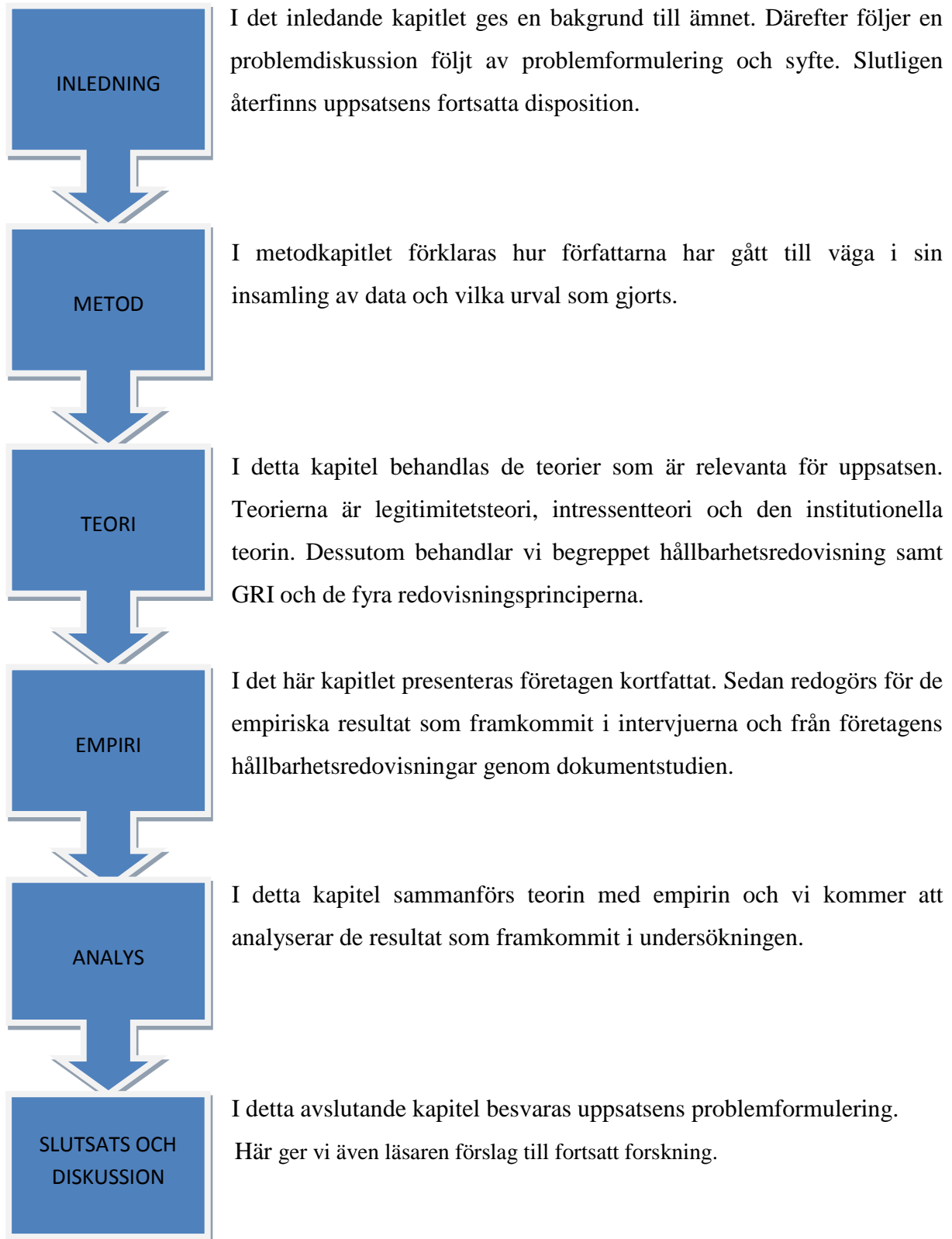
hållbarhetsredovisningar för 2009. Dessa begränsningar har främst gjorts av praktiska skäl med hänsyn till uppsatsens omfattning. Enligt vår bedömning kan vi ändå få fram intressant och användbar kunskap.

1.4 Syfte

Syftet med uppsatsen är att klargöra och förstå företagens avsikter med hållbarhetsredovisningar och till vilka målgrupper de vänder sig samt klargöra och förklara skillnader mellan tillverknings- och tjänsteföretag. De särskilt viktiga forskningsfrågor som därmed genereras formuleras enligt följande:

- För vem och i vilket syfte hållbarhetsredovisar de svenska företagen?
- Finns det skillnader mellan de valda branschernas redovisningar och i så fall vilka?
- Hur uppfattar intressenterna hållbarhetsredovisningarna och hur används den av dem?

1.5 Disposition



2. Metod

I kapitlet beskrivs hur författarna har gått tillväga i sin insamling av data. Vidare beskrivs tillvägagångssätt och avslutas med en diskussion kring uppsatsens trovärdighet och självkritik.

2.1 Datainsamlingsmetod

Det finns två olika ansatser som man kan använda sig av; ansatser som i första hand innebär insamling av kvalitativa uppgifter respektive ansatser som innebär insamling av kvantitativ data. Med tanke på studiens syfte har vi valt att använda oss av en kvalitativ ansats i form av intervjuer med anställda i fyra olika branscher. Anledningen till att vi valde kvalitativ ansats är att vi i kvantitativ ansats inte hade fått så detaljerad information som i den kvalitativa ansatsen (Holme, 1997). Om vi hade använt oss av kvantitativ ansats så hade vi haft fler företag att studera, vilket är väldigt svårt att göra eftersom uppsatstiden var väldigt begränsad. Enligt Holme är det bättre att använda sig av kvalitativ ansats när man inte känner till ett fenomen speciellt bra och som det har forskats lite på, vilket är lämpligt för vår studie inom hållbarhetsredovisning. Vad gäller våra kunskaper om hållbarhetsredovisning var de mycket begränsade, vilket gjorde att vi blev ännu mer nyfikna på ämnet. Vi ville inte ha bortfall och därför valde vi att inte ta med fler företag i vår undersökning, utan enbart fokusera på de fyra valda branscherna. Ju färre företag som studeras, desto djupare förståelse får vi till varför företag väljer att hållbarhetsredovisa.

Målet med kvalitativ ansats är att komma så nära den som intervjuas som möjligt för att få svar som är tillförlitliga och trovärdiga (Jacobsen, 2002). Innan intervjuerna ägde rum hade vi redan läst respektive företags hållbarhetsredovisningar. Våra intervjuer gjordes per telefon vilket gjorde att vi inte kunde se respondenternas reaktioner eller ansiktsuttryck när de svarade på frågorna. Detta kan anses vara en nackdel i vår studie. Förutom intervjuerna har vi gjort en dokumentstudie där vi gick igenom innehållet i de utvalda företagens hållbarhetsredovisningar. Det finns tio redovisningsprinciper, varav fyra valdes ut som vi ansåg lämpade sig för vår studie (se 3.2.1 – 3.2.1.4). Dessa fyra principer ger en förklaring till

vad hållbarhetsredovisningen ska innehålla, bland annat vad som påverkar intressenternas uppfattning om företagets verksamhet och att ingen viktig information uteblir.

2.2 Urval

Vi valde att göra ett strategiskt urval till vår undersökning, vilket innebär att vi medvetet valde vilka företag som skulle delta (Jacobsen, 2002).

Vi valde att studera fyra företag som hållbarhetsredovisar inom olika branscher. Dessa företag är Vattenfall, Swedbank, TeliaSonera och Boliden. Vi har valt att studera dessa olika typer av företag på grund av att de kan ha en större eller mindre påverkan på miljön och omgivningen. Vattenfall och Boliden har en mer direkt påverkan på miljön samt lång erfarenhet inom hållbarhetsredovisning. Vi valde även sådana företag som har en mer indirekt påverkan på miljön och som inte har hållbarhetsredovisat länge. Till den kategorin valde vi Swedbank och TeliaSonera. Boliden och Vattenfall har direkt påverkan på miljön genom gruvbrytning och koldioxidutsläpp. Swedbanks och TeliaSoneras negativa effekter är pappersförbrukning och tjänsteresor.

Samtliga företag följer GRI:s riktlinjer vilket vi har bekräftat genom att vi har läst deras hållbarhetsredovisningar för år 2009. Anledningen till att vi enbart fokuserade oss på år 2009 är för att det är den mest aktuella hållbarhetsredovisningen. Som vi tidigare nämnt har våra begränsningar främst gjorts av praktiska skäl med hänsyn till uppsatsens omfattning. Uppsatsintervjun ställdes utifrån valda teorier och utformades så att respondenterna i förväg kunde svara fritt på frågorna. Frågorna vi ställde är likadana för alla fyra företagen (se bilaga 1).

2.3 Tillvägagångssätt

Först började vi med att leta efter ett intressant ämne vi ville skriva om, utifrån det gjordes en problemformulering och syfte. När grunden var gjord för uppsatsen valde vi medvetet fyra företag som hållbarhetsredovisar och vi använde oss av internet för att hämta hållbarhetsredovisningarna. När vi bestämde oss för vilka företag vi ville ha, ringde vi till dem och berättade vilka vi är och att vi gärna ville att deras företag skulle medverka i vår

uppsats. Vi hänvisades då till personer som är mest kompetenta inom hållbarhetsredovisning. Efter att vi fick tillåtelse från företagen skickade vi våra intervjufrågor (se bilaga 1) till dem per e-post så att när själva intervjun ägde rum var dem någorlunda förberedda med svaren. Respondenterna tillfrågades om deras namn fick användas i uppsatsen, det fick vi göra, men på grund av Högskolan Kristianstads policy väljer vi att anonymisera deras namn. Dock stämmer deras befattningar och respektive arbetsplats. De som vi intervjuade är personer som innehar seniora befattningar och de är:

- Respondent, informationschef, Boliden
- Respondent, CSR-koordinator, Swedbank
- Respondent, CR-chef, TeliaSonera
- Respondent, CSR-chef, Vattenfall

Varje intervju tog cirka 20 minuter att genomföra. Dessa spelade in för att vi lättare skulle komma ihåg svaren samt i intervjuögonblicket kunna koncentrera oss endast på intervjun istället för dokumentationen av respondenternas svar. Svaren kommer att analyseras och diskuteras utifrån de teorier vi valt att ta med i vår uppsats.

2.4 Källkritik/Självkritik

I denna uppsats behandlas flera olika källor för att få så många olika vinklar som möjligt för att öka uppsatsens trovärdighet. Den information som hämtats från internet har vi varit väldigt försiktiga med. Vi har endast tagit med information från källor där vi med säkerhet vet att den är korrekt och granskad. Informationen kommer från olika hemsidor med stora och seriösa organisationer som grundare. De hållbarhetsredovisningar som publiceras av företagen anser vi tillförlitliga eftersom de återfinns på företagets egna hemsidor och därmed bör de vara korrekta. Den information som kommer från GRI:s hemsida är likaså tillförlitlig eftersom GRI är en känd, väletablerad och accepterad organisation över hela världen. Information från övriga källor såsom KPMG, Pricewaterhousecoopers och regeringens hemsida anser vi också som tillförlitlig eftersom samtliga är erkända organisationer och den information som dessa organisationer ger ut granskas av olika parter. Vi har även använt oss

av olika artiklar, bland annat från Affärsvärlden och Svenska Dagbladet eftersom dessa tidsskrifter anses ha en hög tillförlitlighet. Tryckta källor och vetenskapliga artiklar i vår uppsats betraktas som tillförlitliga eftersom de genomgår en granskning före tryckning. Vetenskapliga artiklar kommer från högskolan Kristianstads databas, Emerald, där olika ansedda forskare publicerar sina avhandlingar, och därmed anses den ha en hög grad av tillförlitlig. Det var inga problem att hitta bra och relevanta böcker om hållbarhetsredovisning.

Den kritik vi kan framföra mot oss själva är att vi skulle kunna ha utvidgat intervjuerna till att omfatta fler företag som representerar respektive bransch. Risken med vår studie är att den endast omfattar ett företag inom varje bransch, vilket kan ge oss en missvisande bild av övriga företag som verkar inom samma bransch. Dock ansåg vi att tiden inte skulle räcka till om vi skulle gjort studien större genom att ha med fler företag inom samma bransch. Det kvalitativa upplägget med respondenter gör att resultaten måste tolkas med försiktighet trots att vi anser att respondenterna har varit seriösa i sina svar. Som vi tidigare nämnt var respondenterna någorlunda föreberedda med svaren vilket även kan vara manipulerande i det avseende att de har tid att noggrant välja ut vad de ska säga och hur det ska sägas för att det ska uppfattas just som de vill att man ska uppfatta det.

3. Teori

Kapitlet förklarar vad hållbarhetsredovisning är och fortsätter med legitimitetsteorin, intressentteorin och institutionell teori. Vidare fortsätter kapitlet med de fyra redovisningsprinciperna. Kapitlet ligger till grund för de frågor som ställs på intervjun och som sedan kommer analyseras.

3.1 Teoretisk referensram

Artsberg (2003) anser att redovisningsområdet är så pass komplex och styrs av så många regler och riktlinjer att det nästintill är omöjligt att sammanfatta detta i en och samma teori. Istället kan man förklara varför hållbarhetsredovisningar upprättas genom en mängd olika teorier bland annat agentteorin, intressentteorin, legitimitetsteorin, institutionell teori och signaleringsteorin. Agentteorin beskriver förhållandet mellan en eller flera principaler och en agent. Förhållandet dem emellan definieras som ett kontrakt där agenten är skyldig att utföra en tjänst som ligger i principalens intresse men som innefattar att agenten har en viss befogenhet att fatta beslut. På grund av den kritik som har förekommit av agentteorin, bland annat att individen i samtliga fall är vinstmaximerande, har vi valt att inte gå vidare med den teorin (Deegan, 2006).

I uppsatsen behandlar vi legitimitetsteorin utifrån hur företaget anser sig legitimera sin verksamhet samt hur företaget anser att dess intressenter uppfattar hållbarhetsredovisningarna. Den senaste forskningen har pekat på att det framförallt är legitimitetsteorin som kan förklara den frivilliga rapporteringen av sociala och miljömässiga faktorer (Deegan, 2002).

Intressentteorin används för att beskriva relationen mellan ett företag och dess olika intressenter. Enligt teorin är företag beroende av sina intressenter. Med hjälp av teorin kan vi få svar på frågorna för vem och i vilket syfte hållbarhetsredovisar de svenska företagen.

Den institutionella teorin studerar huruvida påtryckningar och press från samhället, övriga företag och andra intressenter påverkar företagets hållbarhetsredovisning. Inom institutionell teori finns påtvingande, härmande och normativ isomorfism. Dessa förklarar varför företag

agerar på ett visst sätt, exempelvis hur företag agerar när det gäller frivillig rapportering av hållbarhetsredovisningar, varför företag försöker efterlikna varandra och påtryckningar i de kulturella förväntningarna.

3.2 Vad är hållbarhetsredovisning?

Ett flertal organisationer och intressenter har med stöd av FN påbörjat ett samarbete för att utveckla gemensamma globala riktlinjer för hållbarhetsredovisning, de så kallade Global Reporting Initiative (GRI) Sustainability Reporting Guidelines (Bergström, Catasús, Ljungdahl, 2002). Global Reporting Initiative grundades 1997 av Coalition for Socially Responsible Economies, CERES. Hållbarhetsredovisning innebär enligt GRI en mätning och rapportering av ekonomiska, miljömässiga och sociala ansvarsfrågor till intressenter inom och utanför företaget. Resultatet presenteras sedan i publika hållbarhetsredovisningar. Det är av stor betydelse att belysa att de tre aspekterna är beroende av varandra och hänger samman. (Bergström, Catasús, Ljungdahl, 2002). Hållbarhetsredovisning ska ge en balanserad och rimlig bild av företagets resultat inom hållbarhet, både det positiva och det negativa (GRI, 2006). Hållbarhetsredovisning är en utveckling av den tidigare miljöredovisningen som endast omfattade miljöfrågor och CSR- rapporter (se kap 1) och som tidigare endast innehöll den sociala aspekten men som idag lägger betydligt mer fokus på miljön (Crane, Matten, 2007).

Hållbarhetsrapporter visar hur företag arbetar med CSR och ansvarstagande. Dessa rapporter kan antingen vara separata publikationer eller integrerade som ett fristående avsnitt i årsredovisningen. Att upprätta en hållbarhetsrapport är frivilligt, och på grund av det finns det inga formella krav på hur rapporten ska se ut eller vad som ska inkluderas. Däremot finns internationella riktlinjer "Sustainability Reporting Guidelines" som ges ut av GRI. Dessa riktlinjer har funnits sedan 2000-talet och är numera väl etablerade riktlinjer bland de allra största företagen. En studie som gjordes av Halvarsson & Halvarsson visar att sex av tio svenska företag har publicerat CSR eller hållbarhetsredovisning (PwC, 2009). I rapporten "Count me in- The readers take on sustainability reporting" (GRI, 2008) som de gjort

tillsammans med SustainAbility reporting på uppdrag av GRI, påpekade respondenterna att det är viktigt att företagen använder sig av globalt accepterade riktlinjer för att förbättra kvaliteten och trovärdigheten på hållbarhetsredovisningarna. Globala riktlinjer gör det lättare för läsarna att jämföra ett företags hållbarhetsredovisningar över tiden och även mellan olika företag. GRI:s studie visar även att en majoritet av läsarna anser att företagen ska använda sig av GRI:s riktlinjer (GRI, 2008).

Hållbarhetsredovisning är fortfarande inte en särskild utbredd företeelse i Sverige och enligt en rapport om Sveriges hållbarhetsrapportering som gavs ut 2007 av European Sustainability Reporting Association (ESRA) finns det vissa trender vad gäller hållbarhetsredovisning i Sverige. Exempelvis visar rapporten på att vissa industrisektorns bolag ligger långt fram gällande hållbarhetsredovisning medan bankerna redovisar mindre (ESRA, 2010).

3.2.1 Principer för redovisningsinnehåll enligt GRI

GRI har fyra stycken principer för vad redovisningen ska innehålla. Dessa fyra är: Väsentlighet, Intressenthänsyn, Hållbarhetssammanhang och Fullständighet (Larsson, Ljungdahl, 2008).

3.2.1.1 Väsentlighet

Hållbarhetsredovisningen ska enligt GRI ha en beskrivning av ämnen och indikatorer som är väsentliga. Vad som menas med väsentlighet är ämnen som av företaget är betydande för omgivningen och som påverkar intressenternas uppfattning om företagets verksamhet. GRI har utvecklat frågeställningar ur externa och interna kriterier som hjälper företaget att avgöra vad som är väsentligt. I de externa kriterierna behandlas bland annat lagstiftning och uppfattningar om relevanta hållbarhetsfrågor, risker och möjligheter. I de interna kriterierna behandlas vilka grundläggande värderingar, policys och målsättningar med mera som företaget har (Larsson, Ljungdahl, 2008).

3.2.1.2 Intressenthänsyn

GRI anser att Intressenterna är mycket viktiga, och därför bör företag identifiera de viktigaste grupperna av intressenter och förklara i sin hållbarhetsredovisning hur man tagit hänsyn till deras förväntningar och intressen. Som intressenter räknas både grupper vilka har direkta affärskontakter med företaget och grupper utanför verksamheten. Intressenternas krav och förväntningar blir avgörande för vad som ska tas med i redovisningen. En väl utförd intressentdialog är en viktig förteelse för trovärdigheten i en hållbarhetsredovisning (Larsson, Ljungdahl, 2008).

3.2.1.3 Hållbarhetssammanhang

Hållbarhetssammanhang handlar om hur företag ska bidra till en hållbar utveckling i samhället, såväl nationellt som globalt. Man ska redovisa effekter av försämrad eller förbättrad resultat för ekonomi, samhälle och miljö (Larsson, Ljungdahl, 2008).

3.2.1.4 Fullständighet

Det är viktigt att läsare kan få sig en uppfattning om företagets ekonomiska, miljömässiga och sociala påverkan under tidsperioden som redovisningen gäller. Hållbarhetsredovisningen ska vara avgränsad i tid och rum och att ingen viktig information uteblir (Larsson, Ljungdahl, 2008).

3.3 Legitimitetsteori

Lindblom (som citeras av Deegan, Unerman, 2006) definierar legitimitet som:

"...a condition or status which exists when an entity's value system is congruent with the value system of the larger social system of which the entity is a part. When a disparity, actual or potential, exists between the two value systems, there is a threat to the entity's legitimacy" (Deegan, Unerman, 2006 s. 271)

Ljungdahl (1999) hävdar att många företag ser legitimitet som en resurs som företaget är beroende av för sin överlevnad. Legitimitet är något som människor i ett samhälle anser vara

”rätt och riktigt”. Legitimitet innebär att företaget anpassar sin redovisning efter omgivningens och samhällets krav, normer och värderingar. Legitimitet är något som bedöms och erhålls av utomstående och innebär att den som tilldelar legitimiteten godkänner eller accepterar den legitimerades handlingar, målsättningar eller värderingar (Ljungdahl, 1999). Det är väldigt svårt att uttala sig om och ta fasta på när legitimitet uppstår. Det är dock lättare att säga när något inte är legitimt. Olika intressenter har olika intressen i ett företag. De gör därför olika bedömningar av företagets legitimitet. Vissa intressenter menar att ett företag är legitimt om företaget är lönsamt och effektivt, men för att samtliga intressenter ska legitimera företaget är det inte tillräckligt (Deegan, Unerman, 2006)

Legitimitetsteorin grundar sig på antagandet att det finns ett socialt kontrakt mellan företaget och samhället och det ligger till grund för hur samhället anser att företaget ska bedriva sin verksamhet. I ett samhälle råder sociala normer som fastlägger vad som anses vara legitimt. Ett företag måste hålla sig inom gränsen för dessa normer och anpassa sig till dem för att deras handlingar ska bli accepterade. Om så inte är fallet kommer företagets fortlevnad att vara hotad och det sociala kontraktet kan komma att upphävas (Deegan, 2002). Det sociala kontraktet är inte lätt att definiera, men begreppet används för att representera de många implicita och explicita förväntningar som samhället har om hur företag bör bedriva sin verksamhet (Deegan, Unerman, 2006).

Lindblom (refererad i Deegan, Unerman, 2006) identifierar fyra olika tillvägagångssätt som organisationer kan använda sig av för att erhålla och upprätthålla legitimitet:

- Utbilda och informera relevanta intressenter om förändringar i företagets agerande.
- Ändra uppfattning om de relevanta intressenterna, men inte ändra företagets agerande.
- Manipulera uppfattningen genom att dra uppmärksamheten till någon annan fråga.
- Förändra de externa förväntningarna av företagets agerande

3.4 Intressentteori

En intressent är en individ, grupp eller organisation som i något avseende har en utbytesrelation med ett företag (Bruzelius & Skärvad, 2004). En definition av intressenter är:

"any identifiable group or individual who can affect the achievement of an organisation's objectives, or is affected by the achievement of an organisation's objectives" (Deegan, Unerman, 2006 s. 286)

Intressentteorin ser organisationen som en del av samhället där organisationen påverkar och blir påverkad. Teorin innebär att ett företag förhåller sig enligt vissa riktlinjer till vissa uttalade intressentgrupper, som har förväntningar och krav på företaget. Dessa förväntningar och krav kan ses som ett utbyte mellan intressenterna och företagen, där de har ett så kallat beroendeförhållande till varandra. Företaget är beroende av att intressenterna är villiga att medverka i företagets verksamhet. Intressenterna i sin tur är mer eller mindre beroende av organisationen för att tillfredsställa sina behov (Bruzelius, Skärvad, 2004).

Det finns många likheter mellan intressentteorin och legitimitetsteorin. Vi skulle handla på ett oriktigt sätt om vi behandlade dem som två helt skilda teorier (Deegan, Unerman 2006). Teorierna är dock inte helt identiska och de betonar olika saker. Intressentteorin beskriver relationen mellan ett företag och dess olika intressenter medan legitimitetsteorin anger olika typer av strategier för att legitimera företaget gentemot dessa intressenter. På så sätt fungerar teorierna som komplement till varandra (Ljungdahl, 1999).

Clarkson (1995) har valt att dela upp intressenter i två grupper, primära och sekundära intressenter. De primära intressentgrupperna är ägare, investerare, anställda, kunder och leverantörer, där det mellan företaget och dessa grupper råder en hög grad av ömsesidigt beroende. Om någon av dessa grupper blir missnöjd och lämnar samarbetet påverkar det företaget allvarligt. Det kan leda till att företaget inte kommer att kunna klara av att driva sin verksamhet i längden. För att man ska kunna tillfredsställa de primära intressentgrupperna måste företaget skapa värde och finansiella vinster åt gruppen. Den sekundära gruppen definieras som de intressenter som påverkar företaget eller påverkas av företaget. Denna grupp har inget utbyte med företaget och är inte heller väsentlig för att verksamheten ska kunna leva vidare. Trots det här så kan denna grupp orsaka betydande skador för företaget.

3.5 Institutionell teori

Institutionell teori ger ett kompletterande och till viss del överlappande perspektiv av såväl legitimitetsteori som intressentteori. Institutionell teori är viktig eftersom den hjälper oss att förstå hur organisationer reagerar på förändringar av sociala och institutionella påtryckningar och förväntningar. Det intressanta med den institutionella teorin är att den förklarar hur företagen uppfattar och förhåller sig till förändringar vad det gäller både sociala och institutionella faktorer. Centralt i teorin är att företag inom en viss bransch kommer att efterlikna varandra (Deegan, Unerman, 2006).

Artsberg (2005) anser att den institutionella teorin är den teori som bäst reflekterar utvecklingen av redovisningen. Den institutionella teorin ligger bakom mycket av tankarna inom redovisningsforskning och inriktar sig på hur redovisningsnormer växer fram. Institutionell teori innebär att företagens handlingsutrymme är begränsat till de normer och värderingar som finns i det omgivande samhället. Normer och värderingar uppfattas som givna, vilket medför att individer vanligen inte ens är medvetna om dess existens, de är som en naturlig del av livet. De samhällsgemensamma värderingarna är nödvändiga för att människor ska kunna leva och förstå varandra.

Det finns två viktiga dimensioner av institutionell teori. Den första kallas för isomorfism och den andra kallas frikoppling. Man talar om påtvingande, härmande och normativ isomorfism (Deegan, Unerman, 2006). Dessa tre förklarar varför företag agerar på ett visst sätt, till exempel hur företag agerar när det gäller frivillig rapportering av till exempel hållbarhetsredovisningar (Hatch, 2002).

Påtvingande innebär att företag ändrar sitt beteende efter de lagar och regler som finns i samhället där företaget är verksam i. Denna form av isomorfism kan kopplas till intressentteorin där företag kommer att använda frivilliga rapporter för att lösa ekonomiska, sociala, miljömässiga, etiska värderingar och till intressenterna som har mest makt över företagen. Tidigare forskning har visat att de svenska statligt ägda företagen har tryck på sig att hållbarhetsredovisa, detta i syfte att föregå med gott exempel för andra företag (Tagesson, 2009). Härmande innebär att företag ständigt försöker efterlikna varandra för att på så sätt försäkra sig om att det är ett fungerande företag. Ett flertal studier har visat en tendens till att

företag inom en viss bransch inför liknande nya strategier som dem antagits av andra ledande företag inom respektive sektor (Deegan, Unerman, 2006). När det finns påtryckningar i de kulturella förväntningarna handlar det om normativ isomorfism (Hatch, 2002). Den andra dimensionen i institutionell teori, frikoppling, innebär att företagsledningen önskar att deras företag ska uppfattas på ett visst sätt . Det kan medföra att företagsledningen vill implementera nya riktlinjer som skiljer sig från de formella riktlinjerna som har förmedlats till omvärlden (Deegan, Unerman, 2006).

3.6 Hur ska vi använda de presenterade teorierna?

Vi har valt att ta med intressentteorin, legitimitetsteorin och den institutionella teorin för att både öka samt bidra till förståelse, för förekomsten samt användningen av hållbarhetsredovisning i företagen. Vi kommer att använda dessa tre teorier parallellt för att det passar studiens syfte bäst, samt att vi har stöd från litteraturen. Teorierna används senare för att analysera studiens empiriska material för att undersöka om någon eller flera av teorierna kan förklara våra analysresultat.

4. Empiri

I det här kapitlet redogörs den information som framkommit vid gjorda intervjuer. Vidare presenterar vi dokumentstudien. Intervjuerna samt dokumentstudien ligger till grund för studiens syfte och analys där dokumentstudien används som komplement till intervjufrågorna.

4.1 Inledande information

Nedan presenteras varje företag vi har valt att intervjua och varför vi har valt att intervjua respektive respondent. Därefter presenteras företagets svar på våra intervjufrågor. Varje fråga besvaras enskilt av respektive respondent vilket ger oss ett samlat svar per fråga. Efter varje fråga ges en sammanfattande kommentar. Slutligen presenterar vi dokumentstudien enligt GRI:s fyra redovisningsprinciper. Även här ges sammanfattande resultat av undersökningen. Intervjuerna samt dokumentstudien ligger till grund för studiens syfte och analys. Som följd av Högskolan Kristianstads policy har vi valt att anonymisera respondenterna. Dock kan vi nämna att deras befattningar och respektive arbetsplats stämmer.

4.2 Företagspresentation

Boliden är ett metallföretag med en ledande position i Europa med kärnkompetens inom prospektering, gruvor, smältverk och återvinning. Deras huvudsakliga metaller är zink och koppar men även utvinningen av bly, guld, silver. Bolidens verksamhet bedrivs i två olika områden, gruvor och smältverk (www.boliden.se, 2010). Vi valde att ta med Boliden i vår undersökning eftersom företaget har en stor påverkan på miljön och omgivningen samt en stor erfarenhet inom hållbarhetsredovisning. Respondenten för Boliden är deras informationschef. Bolidens hållbarhetsredovisning är på 40 sidor och den publiceras separat från årsredovisningen.

Swedbank är en fullsortimentsbank för både privatpersoner och företag. Swedbank är den ledande banken inom flera marknadssegment på sina huvudmarknader, Sverige, Estland, Lettland och Litauen (www.swedbank.se, 2010). Vi valde att ta med Swedbank i vår

undersökning eftersom företaget inte har stor påverkan på miljön och omgivningen, samt för att företaget inte har stor erfarenhet inom hållbarhetsredovisning. Respondenten för Swedbank är deras CSR- koordinator. Swedbanks hållbarhetsredovisning är på 2 sidor och den är integrerad i deras årsredovisning.

TeliaSonera är statligt ägt. Företaget är ledande inom telekommunikation i Norden och Baltikum. Företaget innehar starka positioner inom mobil kommunikation i Eurasien, Turkiet, Ryssland samt Spanien (www.teliasonera.se, 2010). Vi valde att ta med företaget i vår undersökning eftersom TeliaSonera har en indirekt påverkan på miljön och inte lång erfarenhet inom hållbarhetsredovisning. Respondenten för TeliaSonera är deras CR-chef. TeliaSoneras hållbarhetsredovisning är på 68 sidor och den är separat publicerad.

Vattenfall är ett statligt ägt energibolag. Vattenfalls huvudprodukter är el, värme och gas. Vattenfall är den femte största elproducenten och den största värmeproducenten i Europa. I Sverige står Vattenfall för cirka 50 procent av elproduktionen (www.vattenfall.se, 2010). Vi valde att ta med Vattenfall eftersom företaget har en direkt påverkan på miljön och dessutom en bred kunskap och lång erfarenhet inom ämnet hållbarhetsredovisning. Respondenten för Vattenfall är deras CRS- chef. Vattenfalls hållbarhetsredovisning är på 90 sidor och den är separat publicerad.

4.3 Resultat av intervjuerna

Vad är hållbar utveckling för Er?

Hållbar utveckling för Boliden är att de ska ha en verksamhet där de producerar metall på ett miljöanpassad, miljövänligt samt på ett socialt acceptabelt sätt i de verksamhetsorter de finns. De ska kunna göra det med så minimal påverkan som möjligt för de som eventuellt drabbas av de negativa följderna. Hållbar utveckling är en av hörnstenarna i Swedbanks värdegrund. Enligt Swedbanks respondent har hållbar utveckling med resursförbrukningen att göra. Utgångspunkten är att förbruka resurser globalt. Swedbank respondent anser att banker inte har så stor miljöpåverkan genom pappersförbrukning och energiförbrukning.

Hållbart arbete för TeliaSonera är Corporate Responsibility. Syftet med en CR- rapport är att kunna föra en dialog kring deras arbete med intressenterna och hur de tänker kring hållbarhetsfrågor.

Vattenfall jobbar enligt Brundtlandrapportens definition om hållbar utveckling om att säkerställa att det som de jobbar med idag inte ska få negativa konsekvenser i framtiden. Utifrån ett materialitetsperspektiv identifierar Vattenfall vad som är viktigt för den stora påverkan de har på samhället, där bland annat ett av de viktigaste stegen är att som energibolag leverera basnytta till en rimlig kostnad.

Samtliga företag har olika definitioner på vad hållbar utveckling innebär för dem. Vattenfall utmärker sig dock på bästa sätt genom att de jobbar efter Brundtlandsrapportens definition om hållbar utveckling. Swedbank utmärker sig dock inte lika bra eftersom att de inte har en klar och tydlig definition på vad hållbar utveckling innebär för dem, så som de tre resterande företagen har. För Boliden innebär hållbar utveckling att ha så minimal miljöpåverkan som möjligt. För TeliaSonera är hållbar utveckling att kunna föra intressentdialoger.

Varför och i vilket syfte gör ni en hållbarhetsredovisning?

Syftet med Bolidens redovisning är att visa hur de arbetar på ett miljömässigt, socialt och ekonomiskt sätt. I Boliden är de medvetna om vilken påverkan de har på samhället och därför vill de även visa omvärlden vad de arbetar med genom att upprätta en hållbarhetsredovisning. Genom löpande dialoger med deras intressentgrupper åstadkommer Boliden ett informationsutbyte som hjälper dem att se och förstå de förväntningar som finns på dem.

Swedbank hållbarhetsredovisar eftersom banken ska kunna påverka sina kunder och samarbetspartners genom att föregå med gott exempel för dem. TeliaSonera gör en hållbarhetsredovisning i syfte att kommunicera deras arbete med sina intressenter, i hur de tänker kring olika hållbarhetsfrågor. Som statligt bolag har Vattenfall krav på att hållbarhetsredovisa, men Vattenfall har gjort det även när det inte varit krav på det eftersom hållbarhetsarbetet är viktigt för dem. Som energibolag är det ganska naturligt att ge ut en hållbarhetsredovisning eftersom Vattenfall har en stor påverkan på samhället, anser Vattenfalls respondent.

Vattenfall och Boliden hållbarhetsredovisar på grund av att de har en direkt påverkan på miljön och de känner att det är deras plikt att göra det. Vattenfall, Boliden och TeliaSonera lyfter fram i diskussionen att det är viktigt att föra dialoger med sina intressenter och på så sätt blir de ständigt bättre. Swedbank hållbarhetsredovisar eftersom de vill föregå med gott exempel.

Varför har ni valt att följa GRI:s riktlinjer?

Samtliga företag följer GRI:s riktlinjer eftersom det är en väl etablerad och allmänt accepterad standard som används globalt.

Hur fångar ni in synpunkter från läsarna/intressenterna?

Boliden får synpunkter från intressenterna genom att det finns olika analytiker som följer företaget och analyserar deras hållbarhetsarbete. Analytikerna värderar företagets redovisning, och på så sätt får de synpunkter från dessa. Swedbank fångar inte in synpunkter från intressenterna, i alla fall inte på ett systematiskt sätt eftersom det är väldigt få som är intresserade av och läser hållbarhetsredovisningar anser Swedbanks respondent. TeliaSonera fångar in synpunkter från intressenterna genom att de för en dialog med externa och interna intressenter. Vattenfall fångar in synpunkter från intressenterna genom enkätundersökningar.

Boliden, Vattenfall och TeliaSonera fångar in synpunkterna från intressenter/läsare genom intressentdialoger. Swedbank fångar inte in synpunkter från sina intressenter/läsare.

Har ni fått någon feedback sedan ni började med hållbarhetsredovisning?

Boliden får feedback på deras hållbarhetsredovisning kontinuerligt eftersom hållbarhetsredovisningen är en utveckling från den gamla miljöredovisningen. Feedbacken de får är positivt för företagets utveckling eftersom man öppnar sig för kritik av allmänheten och på så sätt blir man ständigt bättre. Den feedback som Swedbank får in är vanligtvis från kollegor, inte från kunder och aktieägare som kanske många andra anser, säger respondenten. TeliaSonera får feedback genom att de håller intressentdialoger, både med externa och interna

intressenter. Vattenfalls hållbarhetsredovisning är uppskattad av många intressenter, anser respondenten. Intressenter använder redovisningen som uppslagsbok för att ta fram data på vissa delar, vissa lusläser de delar som de är intresserade av att läsa.

Samtliga företag har fått feedback på olika sätt från sina intressenter. Dock skiljer sig Swedbank genom att de får feedback från sina kollegor.

Till vilka intressenter riktar sig er hållbarhetsredovisning till?

Enligt Bolidens respondent riktar sig deras redovisning till två målgrupper, den ena är finansbranschen (aktieägare) och den andra är deras medarbetare. För aktieägarna vill de visa hur de vill uppnå deras mål. För medarbetarna är det samma som för aktieägarna, samt kunskapsutbyte mellan deras medarbetare, eftersom medarbetarna är en värdefull del i hållbarhetsredovisningen. Swedbanks respondent anser att hållbarhetsredovisningen inte riktar sig till någon specifik intressentgrupp utan till företagets alla intressenter. Swedbanks främsta intressenter är dock FRI- analytiker, studenter och konsulter. TeliaSoneras viktigaste målgrupper är investerare, både interna och externa. Internt använder man redovisningen till att kommunicera arbetet genom att engagera anställda så att de blir stolta över sin arbetsplats. De anställda ska vara medvetna om vad som händer på alla marknader och få klarhet i hur företaget agerar i alla andra länder. Vattenfalls hållbarhetsredovisning riktar sig inte till någon speciell intressentgrupp. Dock är gruppen väldigt bred, det vill säga ägaren, politiker och tillståndsgivare i alla länder de verkar i och även för dem som fördjupar sig i miljöfrågor.

Samtliga företag riktar sig till olika intressenter. Vattenfall och Swedbank riktar sig inte till någon specifik grupp, medan TeliaSonera och Boliden riktar sig till specifika intressenter.

Hur tror ni att redovisningen används av intressenter (hur tror ni att de används)?

Respondenten för Boliden tror att deras redovisning används av intressenterna för att bedöma och analysera deras hållbarhetsarbete. Swedbanks respondent visste inte hur redovisningen används av intressenter. TeliaSoneras investerare gör en GRI analys, och genom denna analys anser TeliaSoneras respondent att intressenterna använder hållbarhetsinformationen.

Vattenfalls respondent tror att intressenterna använder hållbarhetsredovisningen som en uppslagsbok och tar fram data. Vissa lusläser de delar dem är intresserade av att läsa.

Samtliga företag förutom Swedbank visste hur hållbarhetsredovisningen användes.

Anser ni att många företag ser redovisning av hållbarhetsinformation som ett sätt att marknadsföra sig på?

Gemensamt för alla fyra företagen är att respondenterna anser att allt fler företag marknadsför sig genom sin hållbarhetsredovisning. Respondenterna anser även att det är riskfyllt att marknadsföra sig genom hållbarhetsredovisning eftersom det kan skada företaget. Samtliga respondenter anser även att de flesta företag vill ha en ärlig och transparent hållbarhetsredovisning, på så sätt är man öppen för frågor och kritik från andra. Även gemensamt för de fyra företagen är att ingen av respondenterna anser att deras hållbarhetsredovisning görs i marknadsföringssyfte.

Anser ni att ni har fått konkurrensfördelar sedan ni började redovisa hållbarhetsinformation?

Gemensamt för alla fyra företagen är att respondenterna anser att hållbarhetsredovisning är kostsam och det tar väldigt mycket kraft och tid att upprätta, men den är dock nödvändig för företagen. En hållbarhetsredovisning är väldigt omfattande eftersom det ligger mycket arbete bakom upprättandet av den. Med detta följer risker såsom att man väljer att inte ta med vissa delar i hållbarhetsredovisningen. Eftersom företagen öppnar sig för omvärlden, blir de lätt sårbara på grund av att de låter allmänheten ta del av informationen. På så sätt finns det både positiva och negativa aspekter med att upprätthålla en hållbarhetsredovisning. Dock överväger de positiva aspekterna med hållbarhetsredovisning, anser samtliga respondenter. Om man är ett börsnoterat företag finns det regler att följa på börsen, och det går inte att kommunicera mer för några intressenter och mindre för andra, anser TeliaSoneras respondent. Man redovisar på ett bra sätt genom att vara transparent och lyfta upp tjänsterna som de har för sina kunder. Boliden, TeliaSonera och Vattenfall anser att de har fått konkurrensfördelar sedan de började hållbarhetsredovisa. Swedbank anser inte att de har fått några konkurrensfördelar

sedan de började med hållbarhetsredovisningar. Förklaringen enligt Swedbanks respondent är att alla andra också hållbarhetsredovisar och att konkurrensfördelar har med arbetssättet att göra, inte med hållbarhetsinformation.

Samtliga företag, förutom Swedbank, har fått konkurrensfördelar.

4.4 Dokumentstudien

Vi redovisar här en studie av de fyra företagens hållbarhetsredovisningar och bedömer dem enligt GRI:s fyra redovisningsprinciper för innehåll (se 3.2.1). Vi betygsätter de fyra hållbarhetsredovisningarna utifrån hur vi bedömer väsentlighet, intressenthänsyn, hållbarhetssammanhang och fullständighet i respektive företags hållbarhetsredovisning. Efter varje diagram ger vi en beskrivning till diagrammens resultat.

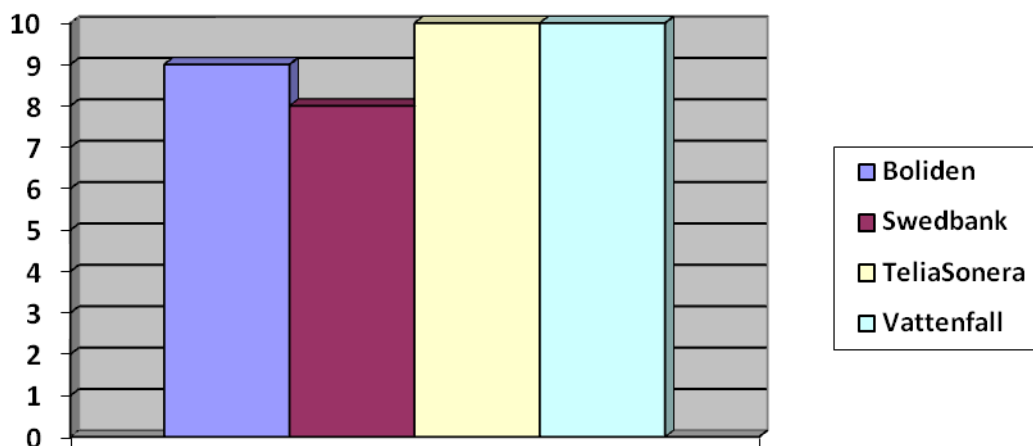


Diagram 1. Väsentlighetsanalys enligt GRI:s redovisningsprinciper (se 3.2.1.1)

Undersökningen visar att samtliga företag hållbarhetsredovisar enligt GRI:s riktlinjer och redovisar betydande indikatorer som är väsentliga såsom miljörisker och mål. TeliaSonera, Vattenfall och Boliden har en väldigt detaljerad beskrivning vad som kan anses väsentligt. Vad som menas med väsentlighet är ämnen som av företaget är betydande på omgivningen

och som påverkar intressenternas uppfattning om företagets verksamhet (se 3.2.1.1). Swedbank presenterar detta på ett kortfattat och tydligt sätt. Vattenfall och TeliaSonera har i sina hållbarhetsredovisningar presenterat en väsentlighetsanalys men det har däremot inte Boliden och Swedbank. Vattenfall har bland annat skrivit i sin hållbarhetsredovisning att om de kan erbjuda energilösningar som uppfyller såväl kundernas behov som högt ställda miljökrav kommer Vattenfall att vinna kundernas och allmänhetens förtroende. TeliaSonera har skrivit i sin hållbarhetsredovisning att deras mål är att de ska vara ett respekterat företag och en god samhällsmedborgare. Deras långsiktiga mål är att tillhöra de högst rankade serviceföretagen.

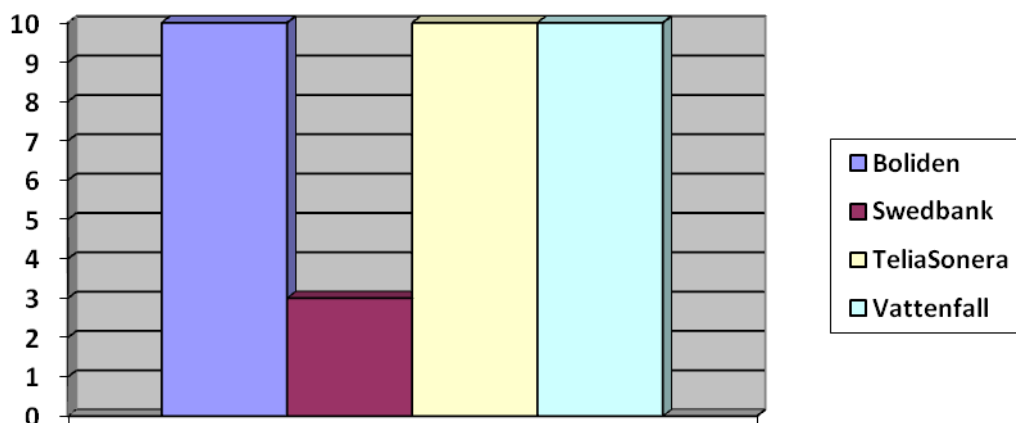


Diagram 2. Intressenthänsyn enligt GRI:s redovisningsprinciper (se 3.2.1.2)

Enligt GRI är intressenterna väldigt viktiga och därför bör företagen ta hänsyn till deras förväntningar och intressen (se 3.2.1.2). Undersökningen visar att Boliden, TeliaSonera och Vattenfall för kontinuerligt dialoger med sina intressenter. Dessa företag har även gjort en intressentanalys i sina hållbarhetsredovisningar. TeliaSonera har gjort intressentanalys främst för att de ska kunna gå vidare i sin utveckling och hur det påverkar deras verksamhet. TeliaSoneras viktigaste intressenter är, kunder, anställda, leverantörer, ägare, investerare och samhället.

Intressenterna är många och de har mycket höga förväntningar på Vattenfall, bland annat för att de är statligt ägda. Intressenterna representerar många olika intressegrupper, exempelvis kunder, organisationer, investerare och myndigheter. Vattenfall har identifierat bolagets intressenter genom att klarlägga den påverkan Vattenfall har på olika grupper, eller den påverkan dessa grupper har på bolaget. Företaget samarbetar med sina intressenter, affärspartners och universitet för en bättre hållbar utveckling. Vattenfall lyssnar på intressenternas åsikter och välkomnar möjligheten att utbyta tankar och idéer. Boliden strävar efter att utveckla en lärande och förändringsbenägen affärskultur för att därigenom bli förstahandsvalet för medarbetare, kunder, aktieägare och leverantörer. Boliden för intressentdialoger genom intervjuer och möten där de kommer överens om ett gemensamt beslut för att resultatet ska bli det bästa för miljön. Bolidens intressenter är aktieägare, medarbetare, leverantörer, finansiärer, samarbetspartners och samhället. Boliden har i detalj förklarat hur de skapar värde för dessa olika intressentgrupper.

När vi läser Swedbanks hållbarhetsredovisning kan vi inte utläsa vilka deras intressenter är. De nämner att kunden står i fokus och att dem har under lång tid inspirerat och utbildat ungdomar för att de lättare ska fatta ekonomiska beslut. De erbjuder även praktik till ungdomar för att de ska få arbetslivserfarenhet och på så sätt försöker även Swedbank uppmuntra leverantörer, kundföretag och kommuner göra samma sak. Syftet är främst att belysa de nyckeltal som är viktigast för Swedbank och för att påverka sina kunder och samarbetspartners.

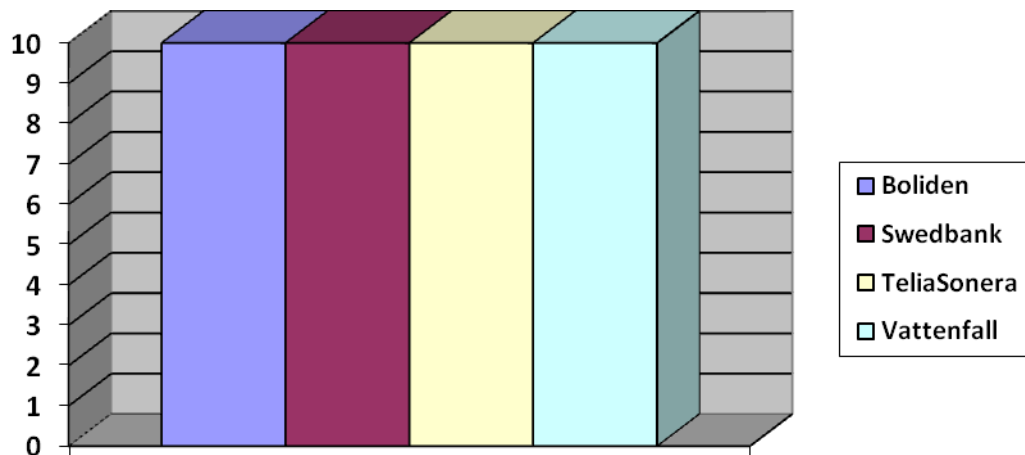


Diagram 3. Hållbarhetssammanhang enligt GRI:s redovisningsprinciper (se 3.2.1.3)

Undersökningen visar att samtliga företag har varit väldigt tydliga med att redogöra vilken påverkan de har haft på miljön, samhället och ekonomin. Där redovisar de både positiva och negativa resultat. Boliden och Vattenfall har direkt påverkan på miljön genom gruvbrytning och koldioxidutsläpp. Swedbanks och TeliaSoneras negativa effekter är pappersförbrukning och tjänsteresor.

Hållbar utveckling för samtliga företag är bland annat att de stödjer olika organisationer ekonomiskt, nationellt som globalt. Boliden har bidragit bland annat genom att minska utsläppet av metall och svaveldioxid i luften. De utelämnar även ingen information vad det gäller människan (hälsa och säkerhet), miljöpåverkan och samhället. Swedbank skriver i sin hållbarhetsrapport att de aktivt medverkar i flera olika projekt och samarbetar med andra banker mot en hållbar utveckling av samhälle och miljö. TeliaSonera bidrar med att genom modern kommunikationsteknik erbjuda miljömässigt bra alternativ i människors och företags vardag. Positiv social påverkan prioriteras av Vattenfall där de sponsrar många olika projekt inom områden som humanitet och etik, miljö, kultur och idrott och samhälle där de i detalj redogör hur de går till väga.

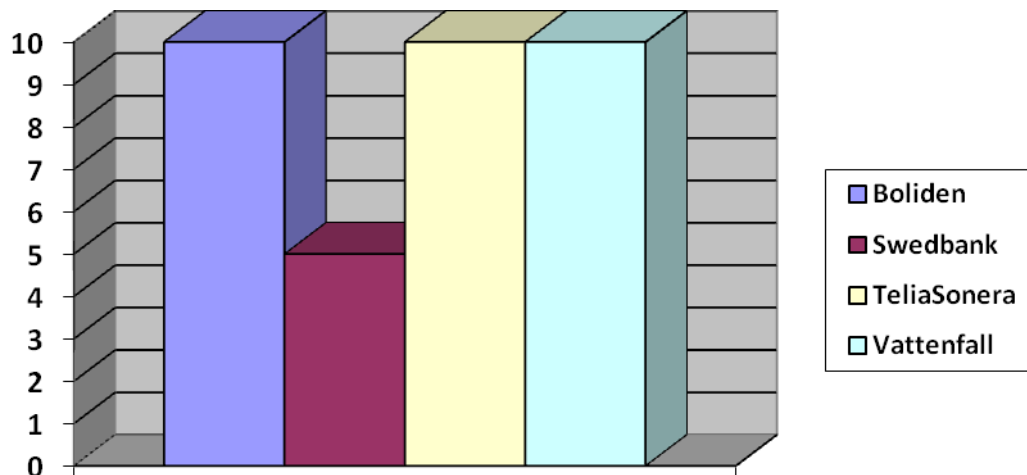


Diagram 4. Fullständighet enligt GRI:s redovisningsprinciper (se 3.2.1.4)

I undersökningen har Boliden, Vattenfall och TeliaSonera utförligt presenterat sin ekonomiska, sociala och miljömässiga påverkan. Swedbank har inte presenterat det i lika stor utsträckning som de tre föregående företagen. Det här gör att vi inte kan utläsa fakta. Gemensamt för alla fyra företagen är att dem har redovisat i nära tid perioden avser, det vill säga 2009.

4.5 Sammanfattande resultat av dokumentstudien

Undersökningen visar att samtliga företag hållbarhetsredovisar enligt GRI:s riktlinjer och redovisar betydelsefulla indikatorer som är väsentliga såsom miljörisker och mål.

Vattenfall och TeliaSonera har i sina hållbarhetsredovisningar presenterat en väsentlighetsanalys men det har däremot inte Boliden och Swedbank gjort. Undersökningen visar att Boliden, TeliaSonera och Vattenfall kontinuerligt för dialoger med sina intressenter. Dessa företag har även gjort en intressentanalys i sina hållbarhetsredovisningar. Swedbank för inga intressentdialoger och de har inte heller någon intressentanalys i sin hållbarhetsredovisning. Gemensamt för Boliden, Vattenfall och TeliaSonera är att de tydligt presenterat vilka deras intressenter är, medan Swedbank inte har identifierat sina intressenter i

sin hållbarhetsredovisning. Undersökningen visar även att samtliga företag har varit väldigt tydliga med att redovisa vilken påverkan de har haft på miljön, samhället och ekonomin. Företagen har även varit tydliga med att redovisa både positiva och negativa resultat.

Hållbar utveckling för samtliga företag är bland annat att de stödjer olika organisationer ekonomiskt, nationellt som globalt. I undersökningen har Boliden, Vattenfall och TeliaSonera utförligt presenterat sin ekonomiska, sociala och miljömässiga påverkan, medan Swedbank inte har i lika stor utsträckning presenterat det. Även gemensamt för alla fyra företagen är att de har redovisat i nära tid perioden avser, det vill säga 2009. Det företag som skiljer sig mest åt är Swedbank. Enligt vår dokumentstudie uppfyllde Swedbank inte GRI:s fyra redovisningsprinciper på samma sätt som de andra företagen. Vattenfall fick bäst betyg enligt GRI:s fyra redovisningsprinciper.

5. Analys

I detta kapitel kopplas empiriavsnittet och teoriavsnittet samman med de resultat vi har fått fram. Vidare kopplas intervjuerna och dokumentstudien till de valda teorierna.

5.1 Legitimitetsteorin

Enligt Ljungdahl (1991) innebär legitimitet att företaget anpassar sin redovisning efter omgivningens och samhällets krav, normer och värderingar. Enligt intervjun samt dokumentstudien, kan detta härledas till att företagen i vår studie som inte är tvingande till att redovisa, ändå väljer att göra en frivillig rapportering eftersom det finns krav från omgivningens och samhällets sida att företaget ska lämna sådan information. Samhället kräver stor öppenhet av företag som bedriver farlig verksamhet, i vårt fall Vattenfall (kärnkraftverk) och Boliden (gruvor och smältverk). Denna anpassning kan vi bekräfta genom vår dokumentstudie att detta påstående stämmer. Detta kan vara en anledning till att företagen visar stor öppenhet mot samhället. Den öppenhet som företagen visar ger intressenterna en god inblick i företaget, vilket leder till att intressenterna får mer förtroende för företaget och legitimiteten stärks. Lindblom (refererad i Deegan, Unerman, 2006) säger att företag, i vår studie, Swedbank, använder den frivilliga redovisningen som ett manipulationsverktyg för att de ska verka bättre utåt än vad de egentligen är. En förklaring är att Swedbank inte är lika öppen och insatt i hållbarhetsredovisning som Vattenfall och Boliden är, vilket sänker deras legitimitet. Detta utfall stämmer med tidigare forskning (se kap 1).

Undersökningen visar även att företagen i vår studie anser att de inte använder hållbarhetsredovisning i marknadsföringssyfte. Vattenfall, Boliden och TeliaSonera har fått fördelar med att hållbarhetsredovisa, och det kan förklaras av att utomstående har godkänt och accepterat den legitimerades handlingar, målsättningar eller värderingar (Deegan, Unerman, 2006).

Enligt dokumentstudien bidrar samtliga företag i vår studie på ett eller annat sätt med pengar, stöd och liknande till samhället och globalt. Detta sätt att ge tillbaka till samhället kan bidra till att företagets ansikte utåt stärks och deras legitimitet ökar eftersom de visar att de bryr sig

om samhällets krav och förväntningar. Intervjun samt dokumentstudien visar att de företag som ingår i vår studie använder sig av GRI:s riktlinjer, eftersom företag som följer dessa riktlinjer anses mer legitima på grund av att riktlinjerna är väl etablerade och accepterade världen över (Ljungdahl, 1999).)

Legitimitetsteorin har på ett tillfredsställande sätt förklarat våra fyra studerade företags uppträdande. Grunden i legitimitetsteorin är att det finns ett socialt kontrakt mellan företag och samhället. Företaget måste uppfylla samhällets krav och normer för att vinna acceptans. På så sätt anses företaget handlat på ett ”rätt och riktigt sätt”. Med hjälp av legitimitetsteorin har vi i vår studie kunnat påvisa att företagen anpassar sig efter samhällets krav, normer och värderingar. Samhället kan bland annat kräva att företaget ska lämna frivillig information. På så sätt väljer de företag att frivilligt hållbarhetsredovisa för att anpassa sig efter det krav som finns på dem. Ett annat sätt att stärka legitimiteten är att samtliga företag i vår studie väljer att hållbarhetsredovisa efter GRI:s riktlinjer eftersom de är väl etablerade.

5.2 Intressentteorin

Clarkson (1995) har valt att dela upp intressenter i två grupper, primära och sekundära intressenter. I dokumentstudien framgick det att Vattenfall, Boliden och TeliaSonera betonar olika intressenter som deras hållbarhetsredovisning främst riktar sig till. De primära intressentgrupperna är; ägare, investerare, anställda, kunder, samhället och leverantörer. Dock nämndes inte i intervjun samma intressenter som i dokumentstudien. I intervjun framgick det att Vattenfall inte riktar sig till någon specifik grupp, eftersom den är väldigt bred, medan TeliaSonera och Boliden riktar sig till specifika intressenter (se kap 4). Enligt intressentteorin måste man skapa värde för den primära gruppen för att företaget ska kunna överleva, vilket dessa tre företagen gör. Om någon av dessa grupper blir missnöjd och lämnar samarbetet påverkar det företaget allvarligt. Det kan leda till att företaget inte kommer att kunna klara av att driva sin verksamhet i längden.

Dokumentstudien visar även att Vattenfall, Boliden och TeliaSonera i detalj har förklarat hur de skapar värde för sina intressentgrupper. Dokumentstudien visar likaså att dessa företag tar

hänsyn till de primära intressenternas förväntningar genom att de kontinuerligt för dialoger med sina intressenter för att kunna tillfredsställa deras behov. Detta kan även bekräftas från intervjun. Intressentdialogerna resulterar i att företag får relevant information om hur deras intressenter uppfattar företaget och vilka förväntningar de har på dem. Detta kan härledas till att det finns ett beroendeförhållande mellan intressenter och företag (Bruzelius, Skärvad, 2004). Dokumentstudien visar även att Swedbank skiljer sig avsevärt från de resterande tre företagen eftersom de inte nämner intressenterna. Även i intervjun kan vi bekräfta att intressenterna inte prioriteras i lika stor utsträckning som för de resterande företagen i vår undersökning. Dock svarade respondenten i intervjun vilka deras främsta intressenter är, FRI-analytiker, konsulter och studenter. Detta kan vi inte utläsa från dokumentstudien. Den sekundära gruppen har inte så stor påverkan på företagets överlevnad men skulle kunna skada företaget på ett annat sätt som inte är finansiellt (Clarkson, 1995).

Med stöd av intressentteorin har vi i vår studie bevisat att det finns ett beroendeförhållande mellan företag och deras intressenter. Med hjälp av teorin har vi även kunnat förklara hur viktig en intressent är för företagets överlevnad. Även om en intressent inte har en direkt påverkan skulle det skada företaget på ett annat sätt som inte är finansiellt. Dessutom har vi med hjälp av intressentteorin kunnat identifiera vilka företagens primära intressenter är.

5.3 Institutionell teori

Enligt Deegan & Unerman (2006) är den institutionella teorin relevant eftersom den kan förklara frivillig rapportering från företag. Det finns två viktiga dimensioner av institutionell teori. Den första kallas för isomorfism och den andra kallas frikoppling. Man talar om påtvingande, härmande och normativ isomorfism. Dessa tre förklarar varför företag agerar på ett visst sätt, till exempel hur företag agerar när det gäller frivillig rapportering av till exempel hållbarhetsredovisningar (Hatch, 2002). Statliga företag är bundna att följa GRI:s riktlinjer och att hållbarhetsredovisa. Det innebär att de måste ändra sitt beteende efter de lagar och regler som finns i samhället där företaget är verksam i. Eftersom Vattenfall är statligt ägt, ställer regeringen krav på att de måste följa GRI:s riktlinjer och att hållbarhetsredovisa. Detta kallas för påtvingande isomorfism. Enligt vår intervju har Vattenfall hållbarhetsredovisat även

när de inte var tvungna till det på grund av att de känner stort samhällsansvar. Den härmande isomorfismen kan likaså härledas till vår undersökning. Två av företagen som vi studerat väljer att hållbarhetsredovisa och följer GRI:s riktlinjer trots att dem inte är tvingade till det. Detta kan förklaras genom att företag som väljer att hållbarhetsredovisa och använda GRI:s riktlinjer som standard gör det eftersom alla andra företag gör det, på så sätt tar man efter varandra. Swedbanks respondent anser inte att Swedbank har fått konkurrensfördelar sedan de började hållbarhetsredovisa och förklarar detta genom att hävda att alla andra företag hållbarhetsredovisar och därför gör de också det. Intervjun samt dokumentstudien visar även att företagen bryr sig om sina intressenter och vad de anser om deras hållbarhetsredovisning eftersom de fångar in synpunkter från läsarna och ständigt försöker förbättra och anpassa sig till deras krav. Detta leder oss tillbaka till normativ isomorfism som innebär att det finns påtryckningar i de kulturella förväntningarna från olika intressenter. Tidigare forskning har visat att finansiella företag inte känner institutionella påtryckningar att hållbarhetsredovisa, medan de statligt ägda företagen har det.

Med hjälp av den institutionella teorin har vi kunnat förklara varför företagen i vår studie väljer att hållbarhetsredovisa. Institutionell teori har även hjälpt oss att förstå hur företagen i vår studie reagerar på förändringar av sociala och institutionella påtryckningar och förväntningar. Statligt ägda är tvungna till det medan alla andra företag väljer att frivilligt redovisa. Enligt tidigare forskning har företag en tendens att efterlikna varandra för att försäkra sig om att företaget är på väg i rätt riktning. Även i vår undersökning fick vi samma resultat. Institutionell teori har även hjälpt oss att förstå hur företagen tar hänsyn till sina intressenter genom att företagen anpassar sig efter intressenternas krav.

5.4 De tre teoriernas förklaringsvärde

Hållbarhetsredovisning är en utveckling från den gamla miljöredovisningen. Eftersom det ännu inte finns en teori som förklarar vad hållbarhetsredovisning är, har vi använt oss av flera olika teorier; legitimitetsteorin, intressentteorin och institutionell teori. Legitimitetsteorin har förklarat våra fyra studerade företags uppträdande. Med hjälp av legitimitetsteorin har vi i vår

studie kunnat visa att företagen anpassar sig efter samhällets krav, normer och värderingar. Samhället kan bland annat kräva att företaget ska lämna frivillig information. På så sätt väljer de studerade företagen att frivilligt hållbarhetsredovisa för att anpassa sig efter det krav som finns på dem. Intressentteorin har hjälpt oss att beskriva relationen mellan ett företag och dess olika intressenter, och förklarat att det finns ett beroendeförhållande mellan dem. Med hjälp av teorin har vi även kunnat förklara hur viktig en intressent är för företagets överlevnad. Dessutom har vi med hjälp av teorin lyckats identifiera företagens primära intressenter. Den institutionella teorin har bland annat förklarat vilka krav företag har på sig för att följa vissa regler, som är påtvingande, medan andra företag gör det enbart för att alla andra gör det, vilket är härmande. Det finns många likheter mellan intressentteorin och legitimitetsteorin, och vi kan inte behandla dessa teorier som två helt skilda teorier. Teorierna är dock inte helt identiska och de betonar olika saker. Intressentteorin beskriver relationen mellan ett företag och dess olika intressenter medan legitimitetsteorin anger olika typer av strategier för att legitimera företaget gentemot dessa intressenter. Legitimitetsteorin, intressentteorin och institutionell teori kompletterar varandra och vi hade inte velat välja bort någon av dem.

6. Slutsats och diskussion

Det här kapitlet besvarar uppsatsens frågeställning samt uppfyller dess syfte genom att förena empiriavsnittet med den teoretiska bakgrunden.

6.1 Slutsats

6.1.1 För vem och i vilket syfte hållbarhetsredovisar de svenska företagen?

Boliden, Vattenfall och TeliaSonera hållbarhetsredovisar för aktieägare, medarbetare, leverantörer, finansiärer, samarbetspartners och samhället. Detta kan stödjas av intressent teorin då dessa intressenter räknas som primära. Utöver dessa intressenter hållbarhetsredovisar Vattenfall även för politiker och tillståndsgivare i alla länder de verkar i och även för dem som fördjupar sig i miljöfrågor. Swedbanks respondent anser att hållbarhetsredovisningen inte riktar sig till någon specifik intressentgrupp utan till företagets alla intressenter. Swedbank hållbarhetsredovisar främst för FRI-analytiker, studenter och konsulter. Boliden och Vattenfall är medvetna om vilken påverkan de har på miljön, därför faller det naturligt för dem att hållbarhetsredovisa. Samtliga företag försöker vara så neutrala i sina hållbarhetsredovisningar som möjligt, och de försöker inte dölja någon negativ information. Det är deras prioritering, framförallt för de företag som har hållbarhetsredovisat länge och har stor erfarenhet. På så sätt stärks legitimiteten eftersom intressenterna får en god inblick i företaget.

Syftet med att hållbarhetsredovisa för Vattenfall, TeliaSonera och Boliden görs som grund för att kunna föra dialoger med intressenterna på alla nivåer. På så sätt är hållbarhetsredovisning för dessa företag, att de vill vinna allmänhetens och intressenternas respekt och förtroende. Samtliga respondenter hävdar att genom att lämna en stor mängd frivillig information försöker företaget legitimera sin verksamhet. Företagens uppfyllande av det frivilliga ansvaret kanske inte har sin grund i ansvarskännande och ren godhet, utan snarare kan syftet vara att uppnå konkurrensfördelar och få sin verksamhet accepterad av omgivningen. Detta kan styrkas av legitimitetsteorin.

Anledningen till att de valda svenska företagen hållbarhetsredovisar är att, genom sina hållbarhetsredovisningar försöker de visa för andra företag att de är ansvarsfulla i sina handlingar och på så sätt kan dem föregå med gott exempel och försöka få andra företag att ta efter. Detta kan kopplas till institutionell teori, där företagen tar efter varandra. Desto fler som hållbarhetsredovisar, desto bättre blir det för vår globala utveckling.

Vi lyckades besvara för vem och i vilket syfte de fyra svenska företagen hållbarhetsredovisar. Det övergripande svaret för vem de studerade företagen hållbarhetsredovisa är för sina intressenter. Syftet för samtliga företag förutom Swedbank är att kunna föra dialoger med sina intressenter, för att ständigt kunna utvecklas och på så sätt bli bättre.

6.1.2 Finns det skillnader mellan de valda branschernas redovisningar och i så fall vilka?

Den stora skillnaden i undersökningen som vi kan se är att Swedbank inte för dialoger med sina intressenter. Resterande tre företag för ständigt dialoger med sina intressenter för att kunna utvecklas och på så sätt bli bättre. Med andra ord är det ett samspel mellan företagen och intressenterna. Detta kan härledas till intressentteorin där det finns ett beroendeförhållande mellan företagen och intressenterna. Tillvägagångssätten i hur man för dialogerna skiljer sig åt, men målet är likadant för alla tre, att lyssna på sina intressenter och ta hänsyn till deras förväntningar och intressen. En annan skillnad är att samtliga företag förutom Swedbank anser att de har fått konkurrensfördelar sedan de började hållbarhetsredovisa. Swedbanks respondent förklarar detta genom att påstå att alla andra hållbarhetsredovisar, på så sätt skiljer man sig inte ur mängden. Detta kan styrkas av den institutionella teorin, att företag tar efter varandra.

En annan skillnad vi kan se är antalet sidor i hållbarhetsredovisningarna. Vattenfalls hållbarhetsredovisning är på 90 sidor, vilket kan vara för mycket att läsa. Det kan vara till Vattenfalls nackdel att hållbarhetsredovisningen är stor och omfattande. Det positiva är att den är ett exemplariskt föredöme för alla andra företag att följa. Samtidigt kan vi nämna Swedbanks hållbarhetsredovisning är på två sidor och är lättläst. Den innehåller mycket fakta

och ger läsaren nästan all information som är väsentlig. Dock saknar vi bland annat intressenterna i deras hållbarhetsredovisning. TeliaSoneras är på 68 sidor, följt av Bolidens på 40 sidor och Swedbank har sin hållbarhetsredovisning integrerad i den finansiella årsredovisningen, medan de tre övriga företagen publicerar en separat hållbarhetsredovisning. Anledningen till att det skiljer sig med antalet sidor är för att företagen idag inte riktigt har en kompakt hållbarhetsredovisning de kan följa utan de har GRI:s riktlinjer som en mall. Vattenfall fick bäst betyg enligt GRI:s fyra redovisningsprinciper. Av tidigare jämförelser av företagen i dokumentstudien kan vi utläsa att Swedbank fick sämst betyg. Anledningen är att Swedbank inte för intressentdialoger och det kan vara till deras nackdel för framtiden, då de resterande kommer att ligga före i utvecklingen som för intressentdialoger.

En annan skillnad vi kan påpeka är att TeliaSonera, som vi tidigare har nämnt, inte har stor påverkan på miljön genom pappersförbrukning och tjänsteresor. Dock betyder det inte att deras hållbarhetsredovisning var sämre än Vattenfalls och Bolidens, som har betydligt större påverkan på miljön. När vi gjorde dokumentstudien fick TeliaSonera bra resultat enligt GRI:s fyra redovisningsprinciper. Även i intervjun upplevdes respondenten kompetent inom området. Detta utfall är överraskande för vår del. Tidigare forskning har visat på att finansiella och tjänsteföretag ligger efter i utvecklingen med att hållbarhetsredovisa. Enligt vår undersökning stämmer inte detta utfall att tjänsteföretag ligger efter i utvecklingen. Dokumentstudien och intervjun visar att TeliaSonera ligger på nästan samma nivå som Vattenfall och Boliden enligt de fyra redovisningsprinciperna. Som tidigare forskning har visat är de svenska statligt ägda företag tvungna att hållbarhetsredovisa för att kunna föregå med gott exempel för andra företag. Detta är en möjlig förklaring till att TeliaSonera fick bra betyg i vår undersökning. Dock stämmer tidigare forskning på Swedbank, och de har lång kvar för att ligga på samma nivå som resterande tre företagen.

6.1.3 Hur uppfattar intressenterna hållbarhetsredovisningarna och hur används den av dem?

Företagen har väldigt liten uppfattning om vem som läser deras hållbarhetsredovisningar och hur läsarna använder den. Detta kan vi koppla till den undersökning som KPMG har gjort att

detta även stämmer med dem svenska företagen i vår undersökning. Vidare kan vi koppla deras undersökning med att det är ingen tvekan att GRI är den ultimata globala standarden som är som den mest vedertagna även bland dessa fyra svenska företag.

Enligt Bolidens respondent fångas synpunkter från intressenterna genom att det finns olika analytiker som följer Boliden och de analyserar deras hållbarhetsarbete. De värderar företagets redovisning, och på så sätt får de synpunkter från dem.

Swedbanks respondent visste inte hur redovisningen används av intressenter, eftersom respondenten anser att det är väldigt få som är intresserade av och läser hållbarhetsredovisningar.

TeliaSoneras investerare gör en GRI analys, och på så sätt anser TeliaSoneras respondent att intressenterna använder hållbarhetsinformationen. Vattenfalls respondent tror att intressenterna använder hållbarhetsredovisningen som en uppslagsbok och tar fram data. Vissa lusläser den av de delar dem är intresserade av att läsa.

Som vi tidigare har nämnt har samtliga företag förutom Swedbank identifierat sina intressenter och för kontinuerligt dialoger med dem för att ständigt utvecklas och bli bättre. Swedbank skiljer sig markant i denna fråga. Enligt dokumentstudien visade inte Swedbank vilka deras intressenter är i sin hållbarhetsredovisning. Dock svarade respondenten i intervjun att det var FRI- analytiker, studenter och konsulter. De som har lång erfarenhet inom hållbarhetsredovisning har lärt sig att genom att föra intressentdialoger förbättrar man kraven från intressenterna i det egna företaget.

6.2 Förslag till vidare forskning

Enligt tidigare forskning ligger finansiella och tjänsteföretag efter i utvecklingen med att hållbarhetsredovisa. Vår studie motsäger detta. TeliaSonera har en väldigt bra hållbarhetsredovisning, en förklaring är att de är statligt ägda. Eftersom vi, på grund av tidsbrist, bara valt ett företag i varje bransch, borde det vara intressant att vidareutveckla vår undersökning där fler företag jämförs mot varandra inom samma bransch, för att kunna utveckla vår undersökning. Vidare borde det vara intressant att jämföra svenska företag med utländska företag för att se om det finns skillnader i motiven bakom varför företag hållbarhetsredovisar. Slutligen borde det vara spännande att undersöka hur allmänheten och

företagets intressenter ser på de företag som väljer att inte hållbarhetsredovisa, och om dessa företag känner någon sorts press på att börja hållbarhetsredovisa.

Vi hade dock kunnat utöka vår studie med fler teorier, så som signaleringsteorin. Den fokuserar sig främst på hur företag försöker utmärka sig gentemot sina konkurrenter genom sina hållbarhetsredovisningar. Ett annat exempel som denna teori grundar sig på är att genom att lämna frivillig information bör företaget omvandlas till ett högre värde. De som inte väljer att lämna sådan information anses inte lika högt värderade som de andra som hållbarhetsredovisar (Campell, Shrives, Bohmbash-Saager, 2001).

Källförteckning

Litteratur

Affärsvärlden, www.affarsvarlden.se, 2010-05-18

Andersen, I (1998), *Den uppenbara verkligheten- val av samhällsvetenskaplig metod*. Studentlitteratur, Lund

Artsberg, K (2003). *Redovisningsteori – policy - praxis*. Berlin Skogs, Trelleborg

Artsberg, K. (2005) *Redovisningsteori – policy och – praxis*. Malmö, Liber Ekonomi.

Bergström, S., Catacús, B., Ljungdahl, F *Miljöredovisning* (2002) Liber Ekonomi, Malmö

Bruzelius, L.H., & Svärvad, P.H. (2004). *Integrerad organisationslära*. Studentlitteratur, Lund

Boliden, www.boliden.se, 2010-05-05

Clarkson, M.E, (1995), “A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance”, *Academy of management review*, Vol. 20 No.1, s.106-107

Crane, Andrew & Matten, Dirk, *Business ethics: managing corporate citizenship and sustainability in the age of globalization*, 2. Ed., Oxford University press, Oxford, 2007

Deegan, C., Unerman, J, (2006), *Financial Accounting Theory* Mc Graw-Hill Education

Deegan, C. (2002). The legitimising effect of social and environmental disclosures – a theoretical foundation. *Accounting, Auditing & Accountability Vol. 15 No .3*, s. 282-311

Deegan, C. (2002). Introduction. The legitimizing effect of social and environmental reporting strategies. *Accounting, Auditing & Accountability Vol. 14 No.5*, s. 587-616

Eriksson, L. T., Wiedersheim Paul, F., (1999), *Att utreda, forska och rapportera* Liber Ekonomi, Malmö

Global Reporting Initiative GRI (2008), "Count me in- The readers take on sustainability reporting"

Global Reporting Initiative, (2010), www.globalreporting.org/survey

Grankvist, P (2009) *CSR i praktiken- hur företag kan jobba med hållbarhet för att tjäna pengar*. Liber AB

Hatch, M. J. (2002). *Organisationsteori – Moderna, symboliska och postmoderna perspektiv*. Lund: Studentlitteratur.

Hendriksen, E.S., Van Breda, M F, (1992), *Accounting Theory*, Boston, Massachusetts: Irwin.

Holme, I M., Solvang, B. K, (1997) *Forskningsmetodik: om kvalitativa och kvantitativa metoder*. Studentlitteratur

Jacobsen, D I. (2002), *Vad, hur och varför? Om metodval i företagsekonomi och andra samhällsvetenskapliga ämnen*. Studentlitteratur

Larsson, L O., Ljungdahl, F (2008), *License to operate – CSR och hållbarhetsredovisning i praktiken* Ekerlids Förlag, Stockholm

Ljungdahl, F. (1999) *Utveckling av miljöredovisning i svenska börsbolag-praxis, begrepp, orsaker*. Lund University Press

Löhman, O., Steinholtz, D. (2004), *Det Ansvarsfulla företaget: Corporate Social responsibility i praktiken*. Stockholm Ekerlids Förlag

PriceWaterhouseCoopers www.pwc.se 2010-05-10

Regeringen, www.regeringen.se 2010-05-15

Schroeder, D. (2002). Ethics from the top:top management and ethical business, *Business Ethics: A European Review*, Vol.11. No 3, pp. 260-267.

Skärvad, P.H., Olsson J. (2005), *Företagsekonomi 100*. Liber ekonomi, Malmö.

Swedbank, www.swedbank.se 2010-05-05

Svenska Dagbladet www.svd.se 2010-05-20

http://www.pwc.com/sv_SE/se/publikationer/assets/sverigerapporten.pdf

Solomon, D, (1991), *Accounting and social change: A neutralist view*, Vol. 16 s. 287-295.

TeliaSonera, www.teliasonera.se 2010-05-05

The European Society of Regional Anaesthesia ESRA, www.sustainabilityreporting.eu
(hämtad 2010-05-27)

Tagesson, T. (2009), *What Explains the Extent and Content of Social and Environmental Disclosures on Corporate Websites: A study of Social and Environmental Reporting in Swedish Listed Corporations*, Vol 16. s. 352-364.

Tidström, G. Larsson, L. Hassel, L & Ljungdahl F (2008), *CSR - från risk till värde*, Studentlitteratur AB

Vattenfall, www.vattenfall.se 2010-05-05

Intervjuer

Respondent, informationschef Boliden, 2010-05-10

Respondent, CSR-koordinator, Swedbank, 2010-05-05

Respondent, CSR- chef, Vattenfall, 2010-05-27

Respondent, CR- chef, TeliaSonera, 2010-05-24

Bilagor

Bilaga 1

Frågor till intervjun

1. Vad är hållbar utveckling för Er?
2. Varför och i vilket syfte gör ni en hållbarhetsredovisning?
3. Varför har ni valt att följa GRI:s riktlinjer?
4. Hur fångar ni in synpunkter från läsarna/intressenterna?
5. Har ni fått någon feedback sedan ni började med hållbarhetsredovisa?
6. Till vilka intressenter riktar sig er hållbarhetsredovisning till?
7. Hur används redovisningar av intressenter (hur tror ni att de används)?
8. Anser ni att många företag ser redovisning av hållbarhetsinformation som ett sätt att marknadsföra sig på?
9. Anser ni att ni har fått konkurrensfördelar sedan ni började redovisa hållbarhetsinformation