



Linnéuniversitetet

Kalmar Växjö

Kandidatuppsats

Väsentlig hållbarhetsredovisning

Intressenternas betydelse för

hållbarhetsredovisningens framställningsprocess



Författare: Evelina Danielsson

Isabelle Liedholm

Handledare/Examinator:

Petter Boye

Medbedömare: Thomas Karlsson

Termin: VT2018

Ämne: Ekonomistyrning

Nivå: Kandidat

Kurskod: 2FE75E

Sammanfattning

Titel: Väsentlig hållbarhetsredovisning: *Intressenternas betydelse för hållbarhetsredovisningens framställningsprocess*

Författare: Evelina Danielsson och Isabelle Liedholm

Program: Ekonomiprogrammet – inriktning redovisning och ekonomistyrning

Handledare: Petter Boye

Institution: Ekonomihögskolan på Linnéuniversitetet i Kalmar

Inledning: Frågor angående hållbar utveckling har getts allt mer utrymme i dagens samhälle. Större bolag ska från och med räkenskapsår 2017 enligt lag upprätta en hållbarhetsredovisning. Redovisning av hållbarhet syftar till att förse företags intressenter med användbar information, dock tyder tidigare studier på ett gap mellan företagets utgivning av information och intressenternas informationsbehov. Vidare har tidigare studier även visat svårigheter för företag att avgöra målgruppen för redovisningen.

Syfte: Syftet är att beskriva och analysera intressenternas betydelse för företagen i hållbarhetsredovisningens framställningsprocess. För att nå syftet är första steget att identifiera vilka intressenter företag riktar sin hållbarhetsredovisning mot.

Metod: För att uppfylla studiens syfte har vi utgått från en abduktiv metod. Vidare har vi genomfört en kvalitativ studie och samlat in empiriskt material genom intervjuer med fyra olika företag, som komplement till intervjuerna har vi även studerat företagens hållbarhetsredovisningar.

Slutsats: Vi har identifierat både interna och externa intressenter som företagets viktigaste målgrupp för redovisningen, vilka är kunder, medarbetare, myndigheter, ägare och leverantörer. Motiven bakom och målgruppen för hållbarhetsredovisningen påverkar vilken information som är väsentlig att presentera. Däremot visar vår studie att företagen enbart tenderar att redovisa sin interna syn på hållbarhetsarbetet vilket påverkar externa intressenters användbarhet av redovisningen. Vi tror även att företagen fokuserar för mycket på hur den fysiska rapporten ska sammanställas och således missar att samverka med intressenterna för redovisningen.

Nyckelord: Hållbarhet, intressenter, redovisning, samverkan.

Abstract

Title: Significant sustainability reporting: *the importance of stakeholders for the sustainability reporting process*

Authors: Evelina Danielsson and Isabelle Liedholm

Program: Ekonomiprogrammet – inriktning redovisning och ekonomistyrning

Advisor: Petter Boye

Institution: Ekonomihögskolan på Linnéuniversitetet i Kalmar

Introduction: Issues regarding sustainable development have been given more space in today's society. Larger companies will prepare a sustainability report as of the 2017 fiscal year. Sustainability reporting aims to provide corporate stakeholders with useful information, although earlier studies indicate a gap between companies disclosing information and stakeholders' information needs. Furthermore, previous studies have also shown difficulties for companies to determine the target group for the reporting.

Purpose: The aim of this paper is to describe and analyze the significance of stakeholders in the sustainability reporting process. In order to fulfill the aim, the first step is to identify which stakeholders companies are addressing their sustainability reports towards.

Method: In order to fulfill the purpose of the study, we have assumed an abductive method. In addition, we have conducted a qualitative study and the empirical material have been collected through interviews with four different companies. In addition to the interviews we have also been studying the companies sustainability reports.

Conclusion: Our conclusion is that all companies in the paper report sustainability due to legal requirements. We have identified both internal and external stakeholders as a company's most important target group for this kind of accounting, which is customers, employees, authorities, owners and suppliers. The motive behind and the target group for the sustainability reporting affects which information that is of significance to report. However, our paper shows that companies tend to only account for their own internal view of their sustainability work, which affects the reports usefulness for external stakeholders. We believe that companies tend to focus too much on the process of the actual report and thus fails to cooperate with the stakeholders of the report.

Keywords: Sustainability, stakeholders, accountability, cooperation

Tack

Vi vill framföra ett stort tack till våra respondenter som tagit sig tid att dela med sig av sina erfarenheter. Utan er hade inte uppsatsen varit möjligt att genomföra.

- Affärsstöd 1 och 2, Liljas Bil
- Cecilia Löf, Atteviks
- Anna Karlsson, Kalmar Energi
- Julia Ahlrot, Växjö Energi

Vidare vill vi även tacka vår handledare Petter Boye för stöd och utmanande frågor under processens gång. Avslutningsvis vill vi även tacka våra opponenter som bidragit med betydelsefulla tankar och åsikter.

Vi författare vill även passa på att tacka varandra för ett bra samarbete under denna våren. Från början till slut har uppsatsen kännetecknats av en gemensam arbetsprocess. Inledningsvis skrev vi på olika delar av uppsatsen för att effektivisera skrivandet, därefter har vi tillsammans gått igenom varje enskilt ord för att skapa en sammanhängande text som vi båda kan stå för.

Evelina Danielsson

Isabelle Liedholm

Kalmar, 2018-05-24.

Innehållsförteckning

1	Inledning	1
1.1	Bakgrund	1
1.2	Problemdiskussion	2
1.3	Forskningsfråga	5
1.4	Syfte	5
1.5	Disposition	5
2	Metod	7
2.1	Uppsatsens utgångspunkter	7
2.1.1	Förförståelse	7
2.1.2	Abduktion	7
2.1.3	Kvalitativ metod	8
2.2	Empirisk insamling	9
2.2.1	Urval	9
2.2.2	Sekundärdata	10
2.2.3	Intervju	10
2.2.4	Operationalisering	12
2.3	Insamling av sekundära teorikällor	12
2.4	Studiens trovärdighet	13
2.4.1	Validitet	13
2.4.2	Reliabilitet	14
2.5	Etiska dilemman	15
2.6	Källkritik	15
2.7	Kritik gentemot vår metod	16
3	Teoretisk referensram för hållbarhetsredovisning, intressenter och samverkan	17
3.1	Hållbarhetsredovisning	17
3.1.1	Hållbarhet	17
3.1.2	Triple Bottom Line	17
3.1.3	Global reporting initiative - GRI	19
3.1.4	Agenda 2030	20
3.1.5	Framework for strategic sustainable development - FSSD	21
3.1.6	Fyra steg för hållbarhetsrapportering	22
3.2	Intressenter	23
3.2.1	Intressentteori	23
3.2.2	Legitimitetsteorin	24
3.2.3	Theory of stakeholder identification and salience	26
3.3	Samverkan	28
3.3.1	Samverkan med intressenter	28
3.3.2	Strategier för samverkan med intressenter	29

3.3.3	Väsentlighetsanalys	30
3.4	Hållbarhet, intressenter och samverkan utifrån fyra beslut	32
4	Företagen om hållbarhetsredovisning, intressenter och samverkan	34
4.1	Liljas Bil	34
4.1.1	Hållbarhetsredovisning	34
4.1.2	Intressenter	36
4.1.3	Samverkan	36
4.2	Atteviks	37
4.2.1	Hållbarhetsredovisning	38
4.2.2	Intressenter	39
4.2.3	Samverkan	39
4.3	Växjö Energi AB	40
4.3.1	Hållbarhetsredovisning	41
4.3.2	Intressenter	41
4.3.3	Samverkan	41
4.4	Kalmar Energi AB	43
4.4.1	Hållbarhetsredovisning	43
4.4.2	Intressenter	44
4.4.3	Samverkan	44
5	Företagens hållbarhetsredovisning och samverkan med intressenter ur ett teoretiskt perspektiv	46
5.1	Motiv till att hållbarhetsredovisa – <i>Varför?</i>	46
5.2	Målgrupp för hållbarhetsredovisning – <i>Vem?</i>	47
5.3	Väsentlig information – <i>Vilken?</i>	48
5.4	Hållbarhetsrapportens utformning – <i>Hur?</i>	51
6	Slutsats	54
6.1	Hållbarhetsredovisningens framställningsprocess	54
6.2	Studiens praktiska implikationer	56
6.3	Förslag till fortsatt forskning	56
	Referenser	57
	Empiriska källor	66

Bilagor

Bilaga 1 Intervjuguide

Bilaga 2 Information inför intervju

Bilaga 3 Förklaring av målen i Agenda 2030

Bilaga 4 PDCA-cykeln

1 Inledning

Det inledande kapitlet ger en introduktion och bakgrund till studien och ämnet hållbarhet. Därefter följer en problemdiskussion, som presenterar problemet som ska undersökas i studien. Problemdiskussionen leder sedan till uppsatsen syfte och forskningsfråga.

1.1 Bakgrund

Under de senaste 30 åren har hållbarhet och hållbar utveckling blivit ett allt mer aktuellt ämne. Rapporten *Our common future* (WCED 1987) ligger till grund för det välkända målet och den vardagliga definitionen av hållbar utveckling som lyder enligt följande: ”*Sustainable development is development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs*” (WCED 1987 s.41). En ökad medvetenhet kring hållbarhet hos människor har lett till att det blir allt viktigare för företag att synliggöra sina värderingar. Såväl konsumenter som arbetssökande ställer högre krav på att företag ska agera hållbart (Nilsson & Olve 2013), vilket innebär att företag och organisationer spelar en viktig roll i arbetet mot en hållbar utveckling (Ax & Kullvén 2016). Det är inte längre tillräckligt för företag att exempelvis erbjuda konsumenter låga priser och arbetssökande ett företag som genererar stabila vinster, utan företag måste aktivt visa att de arbetar för en hållbar framtid (Nilsson & Olve 2013).

Hållbarhet kan ses utifrån tre perspektiv, vilket enligt Westermark (2013) härstammar från John Elkington som i mitten av 1990-talet ansåg att företag i sin redovisning skulle belysa sitt arbete avseende de olika perspektiven. Begreppet hållbar utveckling saknar enligt Hopwood, Unerman och Fries (2010) någon entydig och konkret definition. För att göra hållbar utveckling mer greppbart har tre olika perspektiv växt fram. Perspektiven är ekonomisk, ekologisk samt social hållbarhet och används som utgångspunkt i beskrivningen av ett företags hållbarhetsarbete. Ett samlingsnamn för perspektiven är *triple bottom line* (Ibid) eller tre P som står för Profit, People och Planet (Westermark 2013). Ekonomisk hållbarhet avser det som återfinns i den traditionella finansiella redovisningen och syftar till att det ekonomiska perspektivet inte får innebära negativa konsekvenser på övriga perspektiv. Fokus på miljö lyfts fram genom det ekologiska perspektivet och det sociala perspektivet utgår från människan och samhället (Ax & Kullvén 2016; Frostenson, Helin & Sandström 2015).

Hållbarhetsredovisning ska i likhet med finansiell redovisning, visa företags resultat inom det redovisade området. Hållbarhetsredovisning syftar till att mäta och presentera arbetet kring hållbarhet samt ta ansvar gentemot externa och interna intressenter. Således framhäver redovisningen av hållbarhet vad företag har åstadkommit i hållbarhetsarbetet (GRI 2000-2006). Redovisningen kan således öka transparensen genom att användas som ett kommunikationsverktyg och kan även utgöra ett hjälpmedel för hållbarhetsprocessernas styrning (Frostenson, Helin & Sandström 2013).

Att hållbarhet blir allt mer viktigt framgår av att riktlinjerna för rapportering av hållbarhet blir tydligare och att det ställs allt större krav på företag. Riktlinjer för hållbarhetsredovisning har sedan 1997 tagits fram av Global Reporting Initiative, GRI, som idag är den ledande organisationen inom området (GRI u.å. a). Sedan år 2008 har statsägda företag i Sverige varit tvungna att redovisa hållbarhet i enlighet med GRI (Nilsson & Olve 2013) och från och med räkenskapsåret 2017 är även större bolag enligt lag tvungna att hållbarhetsredovisa. Således innebär det att de årsredovisningar som publiceras av större bolag under våren 2018 är de första att omfattas av det nya kravet på hållbarhetsredovisning. Till större bolag hör företag som under de två senaste räkenskapsåren har uppfyllt minst 2 av följande krav:

- Genomsnitt på 250 anställda
- balansomslutning på minst 175 miljoner kronor
- nettoomsättning på minst 350 miljoner kronor (PWC 2016).

Lagen hindrar dock inte mindre företag från att upprätta en hållbarhetsredovisning (Svensk Handel 2016). Införande av lagen innebär att antalet företag som hållbarhetsredovisar kommer öka. År 2016 hållbarhetsredovisade 300 företag och efter införandet av lagkravet förväntas antalet redovisande bolag uppgå till 2000 (Tillväxtverket 2016).

1.2 Problemdiskussion

Till skillnad från finansiell redovisning omfattar hållbarhetsredovisning, förutom företags ekonomiska aspekter även sociala och ekologiska perspektiv. Redovisningen syftar till att synliggöra företags arbete mot hållbar utveckling (Frostenson, Helin & Sandström 2015). Regleringar kring redovisning av hållbarhet ökar i förekomst då det anses kunna

göra företags hållbarhetsarbete mer transparent och jämförbart. Flertalet stora företag har upprättat hållbarhetsredovisningar redan innan det blev obligatoriskt enligt lag som en följd av externa intressenters krav. Förväntningarna är att externa intressenters krav på transparent hållbarhetsarbete kommer öka (Abrahamsson & Tover 2017).

Redovisning har två funktioner, dels utgör det ett hjälpmedel för styrning inom företag och dels ett kommunikationsverktyg för spridning av information till företags intressenter. Intressenter använder hållbarhetsredovisning som beslutsunderlag, vilket ställer krav på företag att upprätta redovisning som ger en rättvisande bild över verksamheten och som uppfyller intressenternas krav (Carlsson Ingdahl & Pålsson 2015). Exempel på när hållbarhetsredovisningar kan utgöra beslutsunderlag menar Barkland och Ljungberg (2010) är för investerare där efterfrågan på rapporten har ökat i takt med att det blivit allt vanligare med så kallade ansvarsfulla investeringar. Anthony, Govindarajan, Hartmann, Kraus och Nilsson (2014) menar dock att det finns risk att företaget förskönar verkligheten och skapar en allt för positiv bild av företaget genom sin redovisning, det gäller för såväl den finansiella som den hållbara redovisningen. Även Svenskt Näringsliv (Alestig 2015) beskriver problematik kring redovisning där företag förskönar verkligheten för att skapa en tillfredsställande bild inför sina intressenter.

I arbetet med hållbarhetsredovisningen ska företag identifiera sina intressenter, eftersom intressenternas förväntningar och intressen är viktiga att beakta i sammanställningen av redovisningen för att kunna presentera relevant information (GRI 2016). Arman och Say Keat (2014) visar i sin forskning att det är svårt för många företag att identifiera sina intressenter, vilket medför svårigheter att uppfylla intressenters krav och förväntningar. Dessutom försvåras möjligheten att göra intressenter delaktiga i redovisningsprocessen (Ibid). Peloza, Loock, Cerruti och Muyot (2012) beskriver ett gap mellan intressenternas krav och hållbarhetsredovisningen. I studien framkom det att intressenter i många fall inte kan använda redovisningen som beslutsunderlag eftersom innehållet i redovisningen inte innehöll tillräckligt med information för intressenterna.

Intressenter beskrivs generellt som aktörer, vilka har inflytande i eller påverkas av företags verksamhet. Hållbarhetsredovisningens innehåll och form påverkas av vilka

intressenter som utgör målgruppen för redovisningen. Den primära målgruppen av intressenter påverkar även hur företag kommunicerar information (Barkland & Ljungberg 2010). Av ett företags alla intressenter poängterar Deegan och Unerman (2011) att alla företag måste välja ut en mindre grupp intressenter att fokusera redovisningen mot. Hållbarhetsredovisning kan fungera som ett bra beslutsunderlag och således öka trovärdigheten och göra företags varumärke starkare om det kommuniceras till rätt målgrupp via en lämplig kommunikationskanal (Richert & Öien 2009). Om företag inte bestämmer en primär målgrupp, riskerar redovisningen att inte uppfylla intressenternas krav (Frostenson, Helin & Sandström 2015). I praktiken ligger svårigheten avseende identifieringen av primära intressenter dels i att valet grundar sig på chefs uppfattning. Således är risken att intressenter som enligt andra påverkas av eller har stort inflytande över organisationen utelämnas från den primära gruppen av intressenter (Deegan & Unerman 2011). Synen på vilka som är att betrakta som primära intressenter kan således anses vara individuell.

Hållbarhetsredovisning vänder sig till flera sorters intressenter (Nilsson & Olve 2013). Aktieägare, kunder, personal och leverantörer är de intressenter som enligt många företag utgör deras viktigaste intressenter. Värt att notera är att ägarnas roll inte längre är lika framträdande (Arvidsson 2017). Anställda i företag beskrivs som en intressent som tillhör den huvudsakliga målgruppen för hållbarhetsredovisningar (Frostenson, Helin & Sandström 2015). Tidigare forskning har dock påvisat att företags hållbarhetsredovisning tenderar att kringgå anställda eftersom arbete rörande hållbarhet kommuniceras genom andra kanaler. I extremfall saknar anställda helt kännedom om att företag upprättar hållbarhetsredovisning (Frostenson, Helin & Sandström 2010; Frostenson, Helin & Sandström 2012).

Tidigare forskning av Herremans, Nazari och Mahmoudian (2016) har visat att företag genom att involvera sina intressenter har förbättrat både hållbarhetsarbetet och redovisningen av hållbarhet. Trots detta brister företag fortfarande i att göra intressenterna delaktiga i redovisningen (Ibid), vilket kan ses som en möjlig konsekvens av att företag har svårt att identifiera vilka som utgör intressenter för hållbarhetsredovisningen. Barkland och Ljungberg (2010) beskriver att ytterligare en konsekvens till att företag inte samverkar med intressenter är oklarheter avseende hur redovisningen ska kommuniceras

eller hur den ska användas, vilket ofta resulterar i att den blir liggande oanvänd. Detta påverkar i förlängningen hållbarhetsredovisningens innehåll och möjligheten för intressenterna att använda redovisningen som beslutsunderlag. Identifieras och involveras inte intressenterna är risken, enligt Westermark (2013), att hållbarhetsredovisningen behandlar fel saker, vilket även innebär att hållbarhetsarbetet riskerar att gå i oönskad riktning eftersom ”*What gets measured gets managed*” (Westermark 2013 s.34).

1.3 Forskningsfråga

Problemdiskussionen leder till följande frågeställning:

- Vilken betydelse har intressenterna i framställningen av hållbarhetsredovisningen?

1.4 Syfte

Syftet är att beskriva och analysera intressenternas betydelse för företagen i hållbarhetsredovisningens framställningsprocess. För att nå syftet är första steget att identifiera vilka intressenter företag riktar sin hållbarhetsredovisning mot.

1.5 Disposition

Nedan ges en beskrivning av uppsatsens disposition, vilket syftar till att ge läsaren en överblick av de olika kapitlen och dess samband (Björklund & Paulsson 2014).

I första kapitlet har vi givit en introduktion till ämnet hållbarhetsredovisning. Vi har även visat problem gällande identifiering av intressenter och vilka möjligheter som skapas genom att samverka med intressenterna i redovisningen av hållbarhet.



I det andra kapitlet presenteras hur vi gått tillväga för att uppnå uppsatsens syfte. Vidare ämnar vi att ge läsaren en förståelse för de metodologiska val och bedömningar vi gjort under uppsatsens arbetsgång.



I uppsatsens tredje kapitel presenteras den teoretiska referensram som används för att skapa en djupare förståelse om ämnet. Den teori som presenteras är nödvändig för att kunna analysera och förstå empirin utifrån vår forskningsfråga. Kapitlet avslutas genom en presentation av vår analysmodell, vilken syftar till att ge en utvecklande förklaring av hur teorierna hänger ihop.



I det fjärde kapitlet presenteras vårt empiriska material, vilket beskriver företagets syn på framställningen av hållbarhetsredovisningen samt hur de samverkar med intressenterna.



I det femte kapitlet ställs teorin mot empirin i en analys som utgår från vår analysmodell. Genom att koppla ihop våra parametrar hållbarhetsredovisning, intressenter och samverkan syftar kapitlet till att skapa förståelse för hur hållbarhetsredovisningens framställningsprocess ser ut.



I det sjätte och avslutande kapitlet presenteras de slutsatser som vi kommit fram till utifrån analysen. Kapitlet besvarar vilken betydelse intressenterna har i hållbarhetsredovisningens framställningsprocess samt vilka intressenter som utgör målgruppen för redovisningen. Vidare presenteras även förslag på fortsatt forskning på området som har uppkommit under studiens gång.

2 Metod

I det här kapitlet presenteras de val som vi forskare har ställts inför under arbetet med uppsatsen. Vi börjar med att ge en beskrivning av vår egen tidigare kunskap om ämnet. Kapitlet följs sedan av våra reflektioner och de metoder vi har använt i vår uppsats. Slutligen övervägs hur validiteten och reliabiliteten har påverkats av våra metodval.

2.1 Uppsatsens utgångspunkter

2.1.1 Förförståelse

Vi som författat denna uppsats studerar vår sjätte termin på Linnéuniversitetet i Kalmar, där vi studerar företagsekonomiska ämnen. Genom en kurs i ekonomistyrning har vi fått en del kunskaper och uppmärksammats på företags hållbarhetsarbete. Enligt Gummesson (2000) utgör den kunskap som vi samlat på oss under vår utbildning förförståelse av andrahandstyp, eftersom kunskapen har nått oss genom kurslitteratur och föreläsningar. Valet att skriva om hållbarhetsredovisning och intressenter grundar sig dels på tidigare kurser som berört hållbarhet och dels på att en bekant till oss inte visste om att företaget denne jobbar på hållbarhetsredovisar. Efter att ha läst in oss mer på ämnet fann vi det intressant att studera vårt valda ämne.

Vi har valt att beskriva vår förförståelse eftersom vi som forskare under uppsatsprocessen har tolkat och analyserat material för att sedan dra slutsatser utifrån det. Därför är det viktigt att beakta den förkunskap vi har inom ämnet. Vidare anser vi att vår förkunskap har varit en hjälp i sökningen av grundläggande information. Teorell och Svensson (2007) beskriver att objektivitet bör eftersträvas i en vetenskaplig undersökning och att egna värderingar inte ska påverka slutsatserna som dras. Jacobsen (2002) poängterar dock att den närhet som är utmärkande för kvalitativ forskning kan störa en forskares objektivitet.

2.1.2 Abduktion

Bryman och Bell (2013) redogör för två olika forskningsansatser vilka beskriver olika samband mellan teori och empiri. En induktiv ansats utgår från empiriska avbildningar av verkligheten som därefter kopplas till teorin. Utgår forskarna istället från befintlig teori som därefter testas empirisk tillämpas en deduktiv forskningsmetod, vilket inom samhällsvetenskaplig forskning utgör det vanligaste sambandet mellan teori och empiri.

Björklund och Paulsson (2014) presenterar en tredje forskningsansats, abduktion, vilken innebär att forskarna varvar mellan induktion och deduktion.

Utifrån vårt syfte har vi tillämpat en abduktiv forskningsansats, således har blandat en deduktiv och induktiv metod. Till en början tillämpade vi en deduktiv metod eftersom vi utgick från befintlig teori innan vi samlade in vårt empiriska material. Vi samlade in teori först var för att skapa en djupare förståelse av ämnet hos oss själva, för att därefter kunna samla in relevant empiri. Dock syftar inte vår uppsats till att testa befintlig teori utan vi ämnar att förklara hur något förhåller sig i verkligheten. Detta innebar att vi inte ville begränsa oss till enbart en deduktiv metod, utan vid behov ville vi ha möjlighet att uppdatera teorin utifrån den empiriska insamlingen. Möjligheten att efterhand uppdatera teorin utifrån respondenternas svar ansåg vi vara särskilt lämpligt för uppsatsens frågeställning och syfte gällande intressenternas betydelse i redovisningen.

2.1.3 Kvalitativ metod

Utifrån syftet för uppsatsen, valdes en kvalitativ studie eftersom vi ville göra en fördjupning inom valt ämne. Metoden valdes eftersom vi ämnade att studera och analysera en social verklighet, något som Bryman och Bell (2013) beskriver som karaktäristiskt för kvalitativa studier där stor vikt läggs vid personerna som studeras och den kontext dem agerar i (Ibid). Björklund och Paulsson (2014) beskriver att en studie kan genomföras med antingen kvantitativ eller kvalitativ metod. Kvantitativ metod beskrivs som studier som med hjälp av siffror kan mäta eller utvärdera information medan kvalitativ metod används för att få en djupare förståelse av ett problem (Ibid).

Vi valde kvalitativ metod eftersom vi ville undersöka enskilda individers uppfattning och tolkning av problemet. Vår utgångspunkt var att alla respondenter har olika erfarenheter av hållbarhetsredovisning och vi var intresserade av individernas perspektiv på ämnet. Kvalitativ metod beskrivs av Teorell och Svensson (2007) som en metod att utifrån människors enskilda perspektiv förstå verkligheten. Hållbarhetsredovisningars innehåll och presentation kan variera, därför kan vi genom användande av kvalitativ metod tolka och förstå ämnet utifrån det insamlade empiriska materialet. Medan den kvantitativa metoden använder ett större antal respondenter och resultatet kan generaliseras (Teorell & Svensson 2007).

2.2 Empirisk insamling

Studien baseras på både primär- och sekundärdata. Genom intervjuer samlar forskare in fakta som hjälper till att besvara studiens forskningsfråga (Björklund & Paulsson 2014).

2.2.1 Urval

Vi valde att studera bilbranschen samt energibranschen och anledningen till valet grundar sig i att det är två branscher som generellt sett är allmänt accepterade i dagens samhälle. Bilbranschen har i likhet med energibranschen en stor påverkan på miljön och inom dessa branscher har utveckling av hållbara och miljövänliga alternativ stadigt ökat, vilket gjorde att vi fann branscherna intressanta att fokusera på. Vid val av företag bestämde vi oss av bekvämlighets skull för lokala företag som verkar i Småland och som upprättar en hållbarhetsredovisning. Eftersom att tidsramen för undersökningen har stor betydelse vid bestämmandet av antalet respondenter så ansåg vi att fyra olika företag är ett bra urval för vår studie.

Vid ekonomiskt inriktade studier är det vanligt att tillämpa ett bekvämlighetsurval, vilket är en typ av icke-sannolikhetsurval och kännetecknas av att urvalet består av personer som varit lättillgängliga för forskaren (Bryman & Bell 2013). Vi har tillfrågat respondenter utifrån ett bekvämlighetsval. Vi har personliga kontakter inom bilbranschen, dock inte till någon av respondenterna som intervjuats. Ett bekvämlighetsurvalet har även tillämpats eftersom vi har valt lokala företag baserade i Växjö eller Kalmar. Jacobsen (2002) beskriver även att urvalet av respondenter styrs av vilken information som behövs för att uppfylla undersökningens syfte. Information nämns som ett urvalskriterium, där urvalet baseras på respondenter som anses kunna ge mycket och bra information. Valet av respondenter har vi baserat på den kompetens och kunskap de besitter inom vårt studerade område. Vi valde att intervjua personer som arbetar med att upprätta hållbarhetsredovisningen på de utvalda företagen, vilka har varit chefer inom olika områden eller personer som besitter positionen som VD. Fördelen med att intervjua en representant på varje företag är enligt Bryman och Bell (2013) att det är tidsbesparande och öppnar upp för att involvera fler företag i undersökningen. Vidare är det inte rimligt att anta att en person kan allt om företaget och att en person på högre position kan beskriva företagspraxis på ett sätt som gynnar den tillfrågade personen själv. Jacobsen (2002) understryker att personer som har kunskaper inom det studerade området är personer som kan ge bra information.

2.2.2 Sekundärdata

Björklund och Paulsson (2014) beskriver att sekundärdata är data som producerats i annat syfte än aktuell studie. Det är också viktigt att beakta att sekundärdata kan vara partisk. Vår sekundärdata består av utvalda företags hållbarhetsredovisningar och utgör ett stöd för primärdatan genom att agera som komplement till den information som framkommit under insamlingen av primärdata. Hållbarhetsredovisningarna har använts i olika utsträckning beroende på hur utförlig den information som är relevant för studiens syfte har varit. Det empiriska materialet avseende Växjö Energi bygger till stor del på sekundärdata eftersom mycket relevant och tydligt beskriven information återfanns i rapporten. Enligt Bryman och Bell (2013) är det viktigt att vara medveten om att offentliga organisationsdokument inte nödvändigtvis behöver vara en korrekt beskrivning av olika aktörers uppfattning om företaget. Vidare är det rimligt att anta att det finns någon särskild idé bakom vad som presenteras i redovisningen. Således är det viktigt att vara medveten om att denna typen av källor inte kan anses vara objektiva (Ibid).

2.2.3 Intervju

Primärdata är information som samlas in direkt från personer och som samlas in för första gången (Jacobsen 2002). Genom att göra intervjuer får forskare tillgång till primärdata, vilket är data som samlas in i syfte för att användas i aktuell studie (Björklund & Paulsson 2014). Vi har valt att genomföra intervjuer vilket enligt Bryman och Bell (2013) är den mest använda metoden vid insamling av empiriskt material för kvalitativa studier. Enligt Yin (2006) är fördelarna med intervjuer att datainsamlingen är målinriktad samt att intervjuer skapar förståelse. Det är viktigt att formulera frågorna väl för att undvika skevheter och för att uppfylla målet med frågorna. Ytterligare svagheter med intervjuer är exempelvis bristande återgivning av respondenternas svar och att respondenternas svar baseras på vad denne tror att forskaren vill ha (Ibid).

Vi valde att genomföra semistrukturerade intervjuer eftersom vi ville säkerställa att vi skulle få svar på det som är väsentligt för vår studie. Bryman och Bell (2013) beskriver två olika sätt att genomföra intervjuer på, antingen ostrukturerade eller semistrukturerade intervjuer. Björklund och Paulsson (2014) beskriver ostrukturerade intervjuer som ett samtal där frågorna dyker upp längs vägen. Vid en semistrukturerad intervju har forskarna ett ämnesområde och förberedda frågor som de håller sig till, samtidigt finns det utrymme

för att ställa följdfrågor till respondentens svar (ibid.). Vi valde semistrukturerade intervjuer och förberedde ett antal frågor (se bilaga 1) att ha som utgångspunkt vid intervjuerna. Intervjuerna har utgjort huvuddelen av empirin och givit djupare förklaringar än den information som presenteras i redovisningen. Innan intervjuerna genomfördes fick respondenterna information om uppsatsen syfte, vilket gav dem en överblick över vad intervjun skulle behandla (se bilaga 2). Det gjorde vi för att säkerställa att vi intervjuade den person som hade insyn och kunskap i arbetet med hållbarhetsredovisning.

Björklund och Paulsson (2014) poängterar att det finns många olika typer av intervjuer, även kommunikation via mejl utgör en form av intervju. Vi genomförde två stycken personliga intervjuer, eftersom det finns möjlighet att direkt ställa följdfrågor kunde vi garantera att vi fick tillräckligt med informationen för att kunna besvara vår forskningsfråga. Vi genomförde också två stycken mejlintervjuer på grund av tidsbrist och nytillsatta chefer hos företagen. Vi fick möjligheten att skicka följdfrågor, vilket gjorde att vi vid behov kunde komplettera svaren med ytterligare information. Nackdelen med mejlintervjuer är avsaknaden av personlig kontakt, vilket ökar risken för missförstånd och feltolkningar. Mejlintervjuer är tidssparande både för forskare och företag. Vi anser att svaren vi fick var så pass utförliga att fördelarna med mejlintervju övervägde nackdelarna. Innan mejlintervjuerna genomfördes fick den första personliga intervjun agera pilotintervju, för att testa att våra frågor var begripliga och bra ställda. I Tabell 1 nedan ges en samlad bild av genomförda intervjuer och använd intervjumetod.

Tabell 1: Översikt över vilka som har intervjuats.

Respondent	Företag	Intervjumetod	Datum
Affärsstöd 1 & 2	Liljas Bil	Personlig	20180507
Anna Karlsson	Kalmar Energi	Mejl	20180508
Cecilia Löf	Atteviks	Personlig	20180515
Julia Ahlrot	Växjö Energi	Mejl	20180516

Vårt förberedda frågeformulär anpassades utifrån varje enskilt företag och frågornas ordningsföljd varierade under de personliga intervjuerna till följd av samtalets gång. Med respondenternas samtyckte spelade vi in intervjuerna för att inte gå miste om intressanta

reflektioner och för att kunna vara närvarande och fokusera på respondenterna under intervjun. I efterhand lyssnades intervjuerna igenom och transkriberades.

2.2.4 Operationalisering

För kunna genomföra en undersökning av ett teoretiskt begrepp, beskriver Teorell och Svensson (2007) att det måste klargöras hur begreppet ska mätas. Operationalisering är den process som utförs för att göra begrepp mätbara. Enligt Bryman och Bell (2013) är det nödvändigt att ha en eller flera indikatorer för ett begrepp för att göra det mätbart. Begrepp kan göras mätbara genom att exempelvis skapa konkreta frågor. Intervjufrågorna har utformats utifrån den teoretiska referensramens områden hållbarhetsredovisning, intressenter och samverkan. Vidare försökte vi anpassa frågorna till ett allmänt språk, för att undvika missförstånd. Det understryks av Jacobsen (2002) som beskriver att frågorna måste utformas på sådant sätt att inga missförstånd ska uppstå och för att undvika ett oönskat resultat. Det är svårt att uppnå en perfekt operationalisering eftersom svar också kan innehålla begrepp som inte är av direkt intresse. Att formulera bra och konkreta frågor var särskilt viktigt vid mejlintervjuerna, för att undvika missförstånd eftersom olika individer kan tolka begrepp på olika sätt. Innan vi mejlade ut frågorna genomförde vi en personlig pilotintervju för att säkerställa att frågorna var ställda på ett korrekt och förståeligt sätt. Vårt mål var att respondenterna skulle få prata fritt, därför strävade vi efter att ställa öppna frågor. Det ledde till att vi fick tolka svaren utifrån teorins begrepp.

2.3 Insamling av sekundära teorikällor

Booth m.fl. (2008 i Rienecker & Jørgensen 2014) beskriver sekundärkällor som råmaterial och teorier som används till bearbetning, analys och förståelse och för att understödja argumentation. Vidare beskriver Bjöklund och Paulsson (2014) att litteraturstudier utgör ett stöd i skapandet av ett teoretiskt ramverk. Litteraturen och de vetenskapliga artiklar och rapporter som har utgjort uppsatsens sekundärkällor har hittats via sökfunktionerna *OneSearch* och *Google Scholar*. I vår sökning har vi utgått från orden hållbarhet, intressenter, intressentdialog, samverkan, engagemang, redovisning, hållbarhetsredovisning och Corporate Social Responsibility. Under informationssökningsprocessen har återkommande namn uppmärksammats, till exempel Freeman och Elkington. Att en forskare återkommer som referens i flertalet böcker, artiklar och rapporter anser vi tyder på att forskaren besitter hög trovärdighet om ämnet.

Därför har de här forskarna använts i något större omfattning, dock har även bidrag från andra forskare använts för att komplettera och ge ett bredare perspektiv av ämnet.

Den information som utgör den teoretiska referensramen har valts ut för att försöka skapa en överblick över ämnet som valts för uppsatsen. Vi började med att läsa in oss på ämnet och fann tre områden som lämpade sig för studiens syfte. Den teoretiska referensramens uppbyggnad utgår från vår insamlingsprocess och börjar med en grundläggande beskrivning av vad hållbarhet är och de tre perspektiven som hållbar utveckling förknippas med. Till en början utgick vi enbart från GRI:s riktlinjer och information som presenteras på deras hemsida eftersom GRI:s riktlinjer är ledande på området. Dock fick vi lägga till förklaringar kring fler metoder eftersom företagen i studien även har använt Agenda 2030 och FSSD, Framework for Strategic Sustainable Development, i sin redovisning. Att addera riktlinjerna i efterhand ligger i linje med den abduktiva forskningsansatsen som vi valt att utgå ifrån. Vidare valdes teorier som fokuserar på identifiering av intressenter och olika intressentrelationer samt teorier som berör relationer och samverkan mellan företag och deras intressenter. Under insamlingen har vi eftersträvat en variation av publiceringsårtal. Detta för att skapa en bredd i teorin genom att varva mellan teorier som beskriver historiska mönster och bakgrunden till redovisningen med nyare teorier som är anpassade efter dagens utmaningar.

2.4 Studiens trovärdighet

Björklund och Paulsson (2014) beskriver två begrepp som används för att mäta en studies trovärdighet, validitet och reliabilitet.

2.4.1 Validitet

God validitet uppnås genom att forskningen innehåller det som enligt syftet är avsett att beskrivas, förklaras eller teoretiseras (Corbin & Strauss 2015). Validitet kan ses utifrån intern och extern validitet. Intern validitet syftar till att studiens empiriska material och teoretiska ramverk överensstämmer med varandra (Bryman & Bell 2013). Vi valde att utgå från sekundärkällorna vid formuleringen av intervjuguiden, för att vårt empiriska material sedan skulle kunna analyseras tillsammans med teorin. För att stärka trovärdigheten och använda information med god kvalitet har vi använt vetenskapliga artiklar som är peer-reviewed. Genom att både primär- och sekundärkällor utgör grunden för studien kan välgrundade slutsatser dras utifrån det. För att stärka trovärdigheten

ytterligare i vår studie valde vi att spela in och transkribera intervjuerna, vilket minskar risken för att informationen misstolkas. Vi återkopplade också till respondenterna när intervjuerna sammanställs för att få deras godkännande om att återgivningen var korrekt.

Extern validitet beskriver i vilken utsträckning det går att dra allmänna slutsatser från resultaten, vilket är ett problem vid kvalitativa undersökningar eftersom fallstudier och begränsat urval är vanligt förekommande (Bryman & Bell 2013). Vårt val att begränsa studien till att enbart omfatta två branscher gör att den externa validiteten kan ifrågasättas, eftersom det blir svårt att generalisera resultatet. Anledning till att två branscher valdes var för att öka studiens bredd något. Vi tror dock att studiens utfall inte enbart är karakteristiskt för de två studerade branscherna utan att utfallet till viss del även kan generaliseras till andra branscher och således öka den externa validiteten.

2.4.2 Reliabilitet

Reliabilitet beskriver undersökningens trovärdighet (Björklund & Paulsson 2014). Hög reliabilitet innebär att om samma tillvägagångssätt används ska andra forskare komma fram till liknande resultat och slutsatser (Yin 2007). Vi har genomfört en kvalitativ studie där en social miljö studeras. Enligt Bryman och Bell (2013) är det svårt att få exakt samma resultat vid en kvalitativ forskningsmetod. Vi är medvetna om att det kan vara svårt att uppnå samma resultat eftersom studien bygger på respondenternas personliga tolkningar av våra frågor. Vidare varierar även företags hållbarhetsarbete samt redovisning av hållbarhet och det kan vara känsligt utifrån exempelvis konkurrensskäl att dela med sig av den typen av information. Det är viktigt att ha i åtanke att respondenterna i första hand representerar sitt företag, vilket kan tänkas påverka deras svar. Därav har vi strävat efter att inte lägga stor vikt på redovisningens innehåll eller företagets hållbarhetsarbete utan fokuserat på redovisningens framställningsprocess, vilket är det som är av intresse för vår studie. Att samtliga företag har mött oss med positiv respons avseende uppsatsens syfte och valda branscher tror vi minskar risken för undanhållande av information.

För att inte respondenterna skulle ha förberett sina svar, skickade vi enbart ut en överblick över ämnena som skulle behandlas under intervjun. Att vi sedan utgick från samma intervjuguide under samtliga intervjuer gav respondenterna samma förutsättningar och ökade möjligheten att kunna jämföra svaren. Jacobsen (2002) beskriver att trovärdigheten hotas av forskarens ouppmärksamhet och slarviga anteckningar under intervjuer. Vidare

har även intervjuerna spelats in för att kunna bearbeta informationen flera gånger. Därefter har den sammanställda empirin även granskats av respondenterna för att undvika missuppfattningar och felsyftningar.

2.5 Etiska dilemman

Jacobsen (2002) beskriver att en undersökning bör sträva efter att uppfylla informerat samtycke, krav på privatliv och krav på att återgivningen är korrekt. Vidare beskrivs att det är svårt att bedriva forskning där alla tre krav tillgodoses fullt ut. Därför bör kraven ses som ett ideal att eftersträva.

Det första kravet, informerat samtycke innebär enligt Jacobsen (2002) att respondenten som ska delta i undersökningen är medveten om sitt deltagande och att det ska vara frivilligt. Vidare understryks att det är bra att ge respondenterna information om undersökningens syfte samt vad som kommer ske med resultatet. Dock kan det vara en nackdel att ge för mycket information innan undersökningen eftersom tillförlitligheten påverkas. Vi valde att informera deltagarna om uppsatsens syfte (se bilaga 2) samt vilka ämnen som intervjun skulle beröra och vart den färdiga rapporten kommer publiceras.

Det andra kravet berör att viss information kan vara känslig att dela med sig av (Jacobsen 2002). Respondenter och företag har erbjudits att vara anonyma. Anonyma respondenter har inte heller benämnts med titel utan har efter godkännande benämnts utifrån den avdelning som de själva och många andra på företaget jobbar på. Det är viktigt att visa respekt gentemot respondenternas anonymitet och privatliv (Bryman & Bell 2013).

Det tredje kravet handlar om att forskare ska återge resultat fullständigt och på ett korrekt sätt i så stor utsträckning som det är möjligt (Jacobsen 2002). En exakt återgivning av allt insamlat material skulle bli för stort för att analysera. Därför valde vi att transkribera intervjuerna efter genomförande med syftet att vi inte skulle missa viktiga och intressanta resonemang. Respondenterna gavs möjlighet att läsa den sammanställda empirin för att säkerställa att vi återgivit deras information på ett korrekt sätt.

2.6 Källkritik

Jacobsen (2002) betonar att vid insamling av sekundärkällor måste forskare vara kritiska vid urvalet av vilka källor som används i undersökningen. Vi är medvetna om att vissa

sekundärkällor kan vara vinklade utifrån författarens egenintressen, vilket vi har haft i åtanke under studiens gång. Vissa teoretiska områden har till stor del baserats på frekvent återkommande källor som skrevs på 1980- och 1990-talen. Vi är medvetna om att områdena har utvecklats, dock ansåg vi att de här teorierna fortfarande har stor genomslagskraft. För att skapa en mer nyanserad bild och ge studien mer trovärdighet har vi försökt att använda flera källor på varje teoretiskt område. Teorier som GRI, Agenda 2030 och FSSD är inte vetenskapliga sekundärkällor, dock ansåg vi att källorna var lämpliga eftersom de beskriver hur redovisningen ska gå till i praktiken. Vi har således försökt få med metoder för hur hållbarhetsredovisningen i praktiken går till och mer vetenskapliga sekundärkällor som förklarar hur intressenter identifieras och hur samverkan sker.

Vi har också haft i åtanke att hållbarhetsredovisningar är subjektiva eftersom företagen själva utformar redovisningen. Jacobsen (2002) beskriver att användning av både primär- och sekundärdata är att föredra då de kan ge stöd åt varandra, vilket i sin tur stärker resultatet. I vår studie är det nästintill oundvikligt med subjektiva uppfattningar eftersom syftet är att identifiera företags intressenter och deras samverkan med intressenterna

2.7 Kritik gentemot vår metod

Om studien omfattat fler företag hade generaliserbarheten ökat. Det hade exempelvis kunnat uppnås med en kvantitativ metod genom att göra en enkätundersökning med ett större antal respondenter. Dock hade den fördjupning som eftersökts i intervjuerna med respondenterna gått förlorad. Att enbart studera en bransch istället för två branscher kunde förbättrat analysen, men vi valde två branscher för att vi eftersträvade djup i studien.

Att vi studerat företag som använt sig av olika riktlinjer vid upprättandet av hållbarhetsredovisning kan påverka jämförbarheten och slutsatserna som dragits. Om företag som redovisar utifrån samma riktlinjer hade studerats är det möjligt att jämförbarheten i analysen stärkts. Samtidigt anser vi att olika riktlinjer har gett analysen ytterligare en dimension. Trots det faktum att vi enbart fokuserat på företag i Småland tror vi att studien är applicerbar på flera företag inom Sverige.

Vår studie hade kunnat förbättrats ytterligare av att enbart genomföra personliga intervjuer med alla respondenter. Vi valde att genomföra mejlintervjuer på grund av möjligheten att ställa följdfrågor samt företagets utförliga hållbarhetsredovisningar.

3 Teoretisk referensram för hållbarhetsredovisning, intressenter och samverkan

I det här kapitlet presenteras väsentliga teorier som utgör studiens teoretiska referensram. Kapitlet börjar med en introduktion till hållbarhet för att ge en ökad förståelse för begreppet. Sedan följer olika teorier kring intressenter, där presenteras intressentteorin och legitimitetsteorin. Vidare i kapitlet beskrivs olika perspektiv på intressenter, deras relation till företag samt deras möjlighet att påverka företag. Kapitlet avslutas med en syntes som ska ge en förståelse för hur teorierna hänger samman.

3.1 Hållbarhetsredovisning

3.1.1 Hållbarhet

Begreppet hållbarhet kopplas ofta ihop med hållbar utveckling, vilket uppmärksammades redan 1987 och begreppet fick en framträdande roll i samband med utgivningen av Bruntlandrapporten (Henriques & Richardson 2004). En definition av hållbar utveckling som sammanfattar vad det handlar om är ”Hållbar utveckling innebär att ett samhälle fungerar på ett sådant sätt att tillgångarna räcker för människor även i framtiden”(Ne u.å.). Begreppet hållbar utveckling beskrivs av Meng (2014) som något som kan appliceras på flera olika områden. Vanligast är att hållbarhet kopplas ihop med miljömässig hållbarhet, men hållbarhet är brett begrepp som även kan innefatta ekonomisk- och social hållbarhet (Ne u.å.).

3.1.2 Triple Bottom Line

För att förtydliga bilden över vad företag bör ha fokus på vid utformning av innehållet i hållbarhetsredovisning, kan Triple Bottom Line (TBL) användas. John Elkington (1998) beskriver en ökad press från regering och medborgare på företag att mäta och hantera den påverkan deras verksamhet har. Kraven ledde till utvecklingen av TBL och innebar att företag var tvungna att börja fundera över såväl verksamhetens ekonomiska, miljömässiga som sociala påverkan (Ibid).

Henrique och Richardson (2004) menar att TBL fungerar som en triangel där de olika delarna, ekonomisk, ekologisk och social hållbarhet, ska integreras med varandra för att ge ett lyckat resultat av hållbarhetsarbetet. Författarna beskriver vidare att utvecklingen

av TBL försåg företag med ett förståeligt språk som var användbart i företags praktiska hållbarhetsarbete.

Elkington (1997, i Henrique och Richardson 2004) beskriver att redovisningen historiskt sätt enbart innehöll företags finansiella aktiviteter. Vidare beskrivs att i takt med att hållbarhets frågor blev allt viktigare för företag och dess omgivning fick redovisare en väsentlig roll i att inkludera mätning, granskning, rapportering och riskbedömning av hållbarhet i redovisningen.

För att ta reda på om företag har en verksamhet som är ekonomisk hållbar beskriver Elkington (1998) att det är viktigt att identifiera innebörden av ekonomiskt kapital. I ekonomisk teori kan två olika typer av kapital identifieras, nämligen fysiskt kapital, inklusive maskiner och anläggningar samt finansiellt kapital. I mer kunskapsbaserade företag pratas det istället om human kapital, som är ett mått på erfarenhet, färdigheter och andra kunskapsbaserade tillgångar hos personal i företag. Resultaträkning, balansräkning samt redovisade vinster och förluster, är något som ska vara med i företags ekonomiskrapportering. I ett vidare ekonomiskt hållbarhets perspektiv bör företag reflektera över att även inkludera långsiktigt hållbarhetstänk av företagets kostnader, efterfrågan på produkter eller tjänster, prissättning och vinstmarginal och dess så kallade affärsekosystem (Ibid).

Elkington (1998) beskriver naturkapital är ett komplext begrepp, som inkluderar hela ekosystemet. Det inkluderar exempelvis inte enbart träden som blir timmer utan i en vidare betydelse räknas även flora och fauna som har en direkt inverkan på skogens hälsa. Naturkapital kan delas in i två olika former, kritiskt naturkapital och förnybart eller utbytbar naturkapital. Företag måste därför reflektera över vilka former av naturligt kapital som den egna verksamheten har en påverkan på och vilken påverkan framtida aktiviteter kommer ha. Det finns olika sätt att mäta påverkan på, bland annat produkters livscykelpåverkan, energi, material och vattenanvändning vid produktion samt utsläpp. I takt med att utvecklingen av internationella miljöhanterings standarder, exempelvis ISO 14001, har företags arbete med miljöfrågor underlättats något (Ibid).

Elkington (1998) benämner sista delen i TBL som det sociala kapitalet, som dels handlar om folkhälsa, färdigheter och utbildning. Dessutom innefattar det ett bredare spektra så

som välstånd i samhället. Redovisning av det sociala kapitalet ska redogöra för verksamhetens påverkan på människor som finns både i och utanför organisationen. Det kan handla om alltifrån produktsäkerhet, utbildningsinitiativ, sponsring till välgörenhet och anställning av missgynnade grupper. Frågor som blivit allt vanligare för företag att reflektera över är bland annat djurtestade produkter, samhällsrelationer, mänskliga rättigheter, politik, löner och arbetsvillkor samt kvinnors rättigheter (Ibid).

3.1.3 Global reporting initiative - GRI

I takt med att utvecklingen av hållbarhetsredovisning ökade, så fanns det till en början inga standarder för hur redovisningen skulle utformas, till skillnad från den finansiella redovisningen där det fanns ett etablerat ramverk (Henriques & Richardson 2004). Däremot finns det rekommenderade riktlinjer vid utformande av hållbarhetsredovisning och det mest använda ramverk är GRI standarder (Barkland & Ljungberg 2010). Av de 250 största företagen i världen hållbarhetsredovisar 92% och av dem upprättar 74% sin redovisning enligt GRIs ramverk (GRI u.å. b). GRI är en nätverksbaserad organisation som tagit fram redovisningsprinciper för innehåll och kvalitet som ska hjälpa företag att upprätta en transparent och användbar redovisning (Barkland & Ljungberg 2010). Ett nyckelord för GRI är transparens, vilket innebär att företag öppet ska redovisa hur de arbetar med olika hållbarhetsfrågor. Informationens kvalitet är av stor vikt för att intressenter ska kunna fatta välgrundade beslut. Standarderna är framtagna för att underlätta för företag och intressenter att kommunicera och förstå hur företags verksamhet påverkar ekonomiska, sociala och miljömässiga aspekter (GRI 2016).

GRI standarder är uppdelade i två olika delar, den första delen handlar om principer som rör innehållet, alltså vad företag ska ta med i sin redovisning. Medan den andra delen berör principer för att säkerställa att kvalitet på informationen i redovisning är pålitlig och att den presenteras på ett lämpligt sätt (GRI 2016). Gällande den första delen, vilken berör innehållet, finns det fyra punkter som företag ska ta hänsyn till när de upprättar en hållbarhetsredovisning i enlighet med GRI standarder. Första punkten beskriver att företag ska identifiera sina intressenter och återge hur intressenterna har påverkat innehållet i redovisningen. Andra punkten anger att redovisningen ska innehålla hållbarhet i ett vidare perspektiv och det ska placeras i en kontext. Tredje punkten handlar om att företag ska redovisa verksamhetens påverkan ur ekonomiska, sociala och miljömässiga perspektiv. Sista punkten är fullständighet, alltså att rapporten innehåller

all information som krävs för att intressenter ska kunna avgöra företagets prestationer under perioden som redovisningen omfattar (GRI 2016). Andra delen innehåller flertalet olika punkter, som bland annat innebär att informationen ska vara tillräckligt noggrann och detaljerad så intressenter ska kunna bedöma företagets prestationer. Informationen ska också vara förståelig, tillgänglig och pålitlig, samt att den ska vara konsekvent för att öka jämförbarheten mellan olika tidpunkter. Rapportering ska ske regelbundet så att information finns tillgänglig för intressenterna vid beslutsfattandet (GRI 2016).

3.1.4 Agenda 2030

Världens ledare har genom FN förbundit sig till Agenda 2030 som är en överenskommelse för hållbar utveckling och arbetet leds av FN organet United Nations Development Program (UNDP). Att avskaffa fattigdom, minska ojämlikheter och främja hållbar utveckling är det övergripande fokuset i UNDP:s arbete (UNDP u.å.). Företagen spelar en stor roll i genomförandet av Agenda 2030 och i utvecklingen av hållbara affärlösningar. Hållbarhetsredovisningar utgör ett verktyg för att engagera den privata sektorn i målen kopplade till hållbar utveckling. Redovisningen leder till mer öppna och elastiska marknader eftersom transparensen ökar när företagen lämnar ut mer information om sitt hållbarhetsarbete. Rapporteringen banar väg för hållbar utveckling eftersom ökad transparens ger bättre beslutsunderlag och även ökar förtroende hos intressenterna (GRI u.å. b).

Agenda 2030 består av 17 globala mål (se figur 3.1) som syftar till att främja hållbar utveckling i alla länder, för alla människor. År 2030 ska de 17 globala målen var uppnådda (UNDP u.å.). För en tydligare beskrivning av målen se bilaga 3. Målen bygger vidare på millenniemålen och innehåller alla tre dimensioner som hållbar utveckling innefattar, nämligen ekonomiska, sociala och miljömässiga. Målen är en vägledning som ska inspirera handlingar som har avgörande betydelse för mänskligheten och planeten och således möjliggöra att målen uppnås (Regeringen u.å.). Det tolfte målet som går ut på att främja hållbar konsumtion och produktion har ett delmål, 12.6, som direkt berör hållbarhetsredovisning. Delmålet syftar till att få företag att både arbeta hållbart och att redovisa information avseende hållbarhetsarbetet (Globala målen u.å. a).



Figur 3.1: De globala målen i Agenda 2030.

3.1.5 Framework for strategic sustainable development - FSSD

Att ha ett hållbart samhälle kräver ett enhetligt och systematiskt tillvägagångssätt vid planering och handlade menar Broman och Robért (2015). Vidare beskrivs att som ett svar på problemet utformades och utvecklades det som nu kallas Framework for strategic sustainable development (FSSD). Metoden består av åtta olika hållbarhetsprinciper som ska inkluderas i företags hållbarhetsredovisning, där företag ska förklara verksamhetens aktiviteter kring dessa principer (Ibid).

De åtta principerna enligt Broman och Robért (2015) är följande:

- För att uppnå ett hållbart samhälle ska inte naturen utsättas för ökande koncentrationer av exempelvis litosfäriska ämnen som fossilt kol och metaller.
- I ett hållbart samhälle blir inte naturen förstörd av koncentrationer av ämnen på grund av samhällets produktion.
- Tillgången på färskvatten, den biologiska mångfalden och andra aspekter av biologisk produktivitet ska inte försämrans systematiskt genom felaktig hantering eller andra former av fysisk manipulation, exempelvis skövla av skog eller överfiske i ett hållbart samhälle.
- Människor ska inte utsättas för sådant som är skadligt för hälsan, riskera skador eller sjukdomar. Dessutom ska människor inte utsättas för farliga arbetsförhållanden som påverkar dem fysiskt, mentalt eller emotionellt.
- Människor ska inte hindras från att delta i olika sociala sammanhang eller att utöva yttrandefriheten.

- Hinder för människor att lära sig och utveckla kompetens ska inte förekomma i ett hållbart samhälle. Det ska således finnas möjligheter för utbildning och personlig utveckling.
- Det ska inte förekomma diskriminering eller orättvist urval på arbetsplatser och ingen människa ska utsättas för strukturella hinder.
- Det ska inte heller finnas strukturella hinder för människor att skapa en mening eller gemensam mening genom undertryckande av exempelvis kulturellt uttryck (Ibid).

Broman och Robért (2015) beskriver att de åtta hållbarhetsprinciperna påvisar de grundläggande förutsättningarna som är väsentliga för att undvika systematiska försämringar av de ekologiska och sociala systemen. Författarna beskriver vidare att hållbarhetsprinciperna utgör gränsvillkor inom vilka samhället måste förhålla sig till för att fortsätta fungera som ett hållbart samhälle.

3.1.6 Fyra steg för hållbarhetsrapportering

Enligt Deegan och Unerman (2011) är det fyra beslut företag behöver fatta i framställningen av hållbarhetsredovisningen. De fyra besluten gäller följande frågor:

- *Varför* väljer företaget att presentera information om deras sociala och miljömässiga resultat?
- *Vem* är mottagare av informationen?
- *Vilken* information efterfrågas av intressenterna?
- *Hur* ska rapporten utformas?

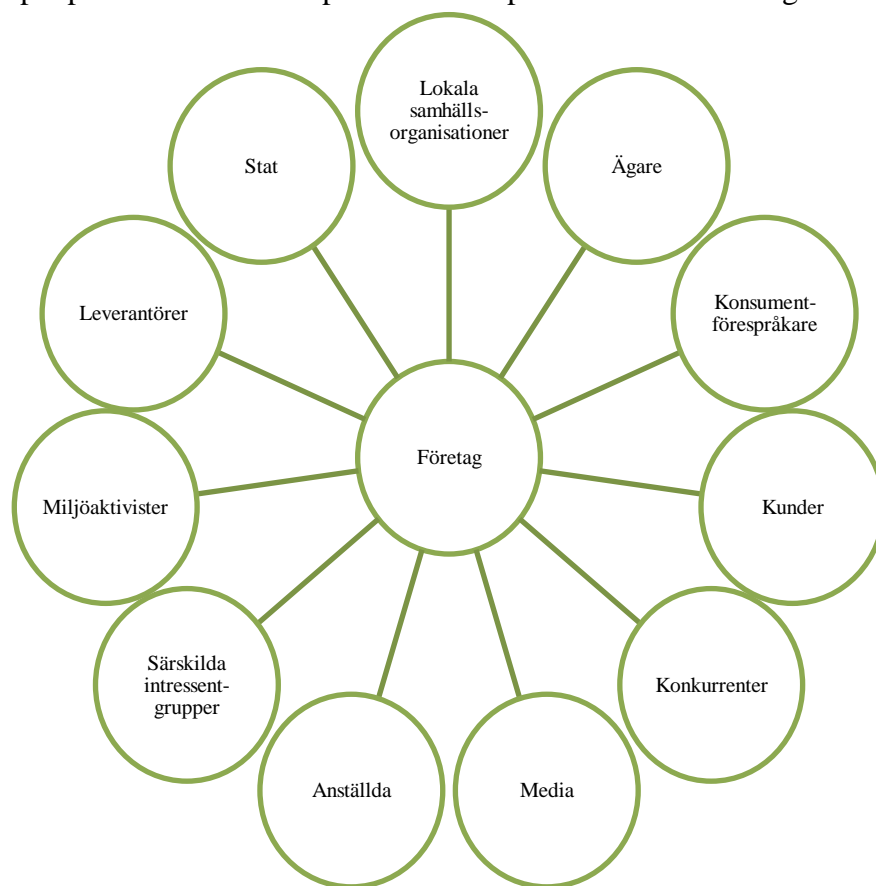
Deegan och Unerman (2011) beskriver att första beslutet, *varför*, berör företags motiv att hållbarhetsredovisa. Det finns flertalet motiv, såväl etiska som ekonomiska, till att företag väljer att redovisa hållbarhet. Att företag hållbarhetsredovisar kan bero på att företaget strävar efter att inte skada miljön och samhället, eller vill tilltala specifika intressenter och aktieägare. Vet företag *varför* det hållbarhetsredovisar blir det även tydligare *vem* som ska agera mottagare av informationen, vilket utgör det andra beslutet. Att besluta *vilken* information redovisningen ska innehålla är det tredje beslutet, vilket görs genom en dialog mellan företag och intressenter. Syftet med intressentdialog är att få reda på vilken typ av information som målgruppen av intressenter efterfrågar, för att kunna ta hänsyn till det i utformningen av redovisningen. Det fjärde och sista beslutet behandlar

rapportens framställningsprocess genom att fokusera på *hur* den information som är relevant utifrån tidigare steg ska rapporteras (Ibid).

3.2 Intressenter

3.2.1 Intressentteori

Företag är sociala institutioner som enbart kan existera i relation till det samhälle inom vilket de är verksamma. Intressentteorins grundläggande funktion är att möjliggöra för företag att identifiera flertalet olika grupper som företaget har ett ansvar gentemot (Cooper 2004). Intressenter definieras som grupper eller individer som antingen har inflytande över eller som påverkas av företags måluppfyllelse. I dagens samhälle har intressenterna en avgörande roll för företags framgång (Freeman 2010 [1984]). Figur 3.2 visar exempel på intressenter som påverkar eller påverkas av ett företag.



Figur 3.2: Egen översättning av Stakeholder view of firm (Freeman 2010 [1984] s.25)

Vilka som utgör intressenter varierar mellan olika företag. Det är därför viktigt att varje enskilt företag har förståelse för sina intressenter och deras värderingar, samt hur de kan påverka organisationen i olika frågor. Den breda definitionen av intressenter innebär att

företag i praktiken behöver kunna identifiera vilka intressenter som har möjlighet att påverka verksamheten tillräckligt mycket för att det ska finnas ett behov av strategier för att hantera dessa. (Freeman 2010[1984]).

Utifrån den breda definitionen av intressenter är det möjligt att dela upp intressenterna utifrån dess betydelse för företaget. Intressenterna delas då in i primära och sekundära intressenter (Ljungdahl 1999). Primära intressenter utgörs av intressenter som direkt påverkar företagets överlevnad, till exempel ägare, anställda och leverantörer. Missnöje hos primära intressenter kan få stora konsekvenser eller till och med innebära slutet för ett företag eftersom denna typen av intressenter har så pass stort inflytande över verksamheten. Sekundära intressenter är intressenter som påverkar och påverkas av företaget, dock är de inte involverade i transaktioner med företaget. Även om företagets överlevnad inte är beroende av denna typ av intressenter, kan de orsaka stor skada för företaget. Exempel på sekundära intressenter är media och speciella intressegrupper som kan motsätta sig de primära intressenternas krav och förväntningar (Clarkson 1995).

Användandet av intressenteori motiveras utifrån följande tre aspekter. För det första reflekterar och förutsäger teorin hur företag bedriver verksamheten med hänsyn till dess intressenter. För det andra kan teorin också användas för att förbättra resultat och för det tredje utifrån etiskt och moraliskt beteende (Cooper 2004).

3.2.2 Legitimitetsteorin

Legitimitetsteori är en så kallad systemorienterad teori, vilket enligt (Deegan 2002) innebär att företag influerar och influeras av samhället i vilken de bedriver sin verksamhet i. Företag ses som en del av ett stort samhällssystem och legitimitetsteorin indikerar att företag egentligen inte har några rättigheter till varken resurser eller sin egen existens. Istället existerar företag enbart till den grad där samhället tycker att verksamheten är legitim, samhället ger alltså företaget dess legitimitet. Författaren beskriver vidare att legitimitetsteori förlitar sig på begreppet ”socialt kontrakt”, vilket innebär att om företag agerar på ett oacceptabelt sätt kan samhället återkalla "kontraktet" och ta bort företagets legitimitet. Det leder till att företaget inte kan fortsätta med sin verksamhet. Det kan utspela sig genom att kunders efterfrågan på företags produkter minskar eller upphör helt, leverantörer eliminerar utbudet av arbetskraft eller finansiellt kapital till företag. Det kan också bero på att externa aktörer försöker påverka regeringen att höja skatten eller införa

lagar som förbjuder de aktiviteter eller beteenden som inte är acceptabla i samhällets ögon (Ibid).

Dowling och Pfeffer (1975, se Deegan 2002) beskriver legitimitet som en resurs som företag är beroende av för att överleva. Deegan (2002) utvecklar begreppet och menar att det är en resurs som företag också har befogenhet att påverka och manipulera. Vidare beskriver författaren att legitimitetsteori påverkar företag i den grad att om de tillhandahåller en produkt som är nödvändig för företagets överlevnad kommer de att använda strategier som säkerställer att resurserna för den produkten alltid kommer att finnas tillgängliga.

Deegan (2002) beskriver legitimitet som ett dynamiskt begrepp vilket innebär att betydelsen kan variera beroende på olika orsaker eller händelser. Företag kan enligt författaren förlora sin legitimitet på olika sätt. Till exempel kan samhällets förväntningar förändras vilket innebär att företags tidigare beteende inte längre anses acceptabelt. Samhällets förväntningar kan också ändras beroende på olika inträffade händelser som skadat företagets rykte eller legitimitet eller den bransch som företag ingår i (Ibid).

Legitimitetsteori grundar sig enligt Deegan (2002) i företags egen uppfattning, alltså kan företag själva uppleva att det finns ett legitimitetsgap i hur omgivningen ser på om verksamhetens aktiviteter är acceptabla eller inte. Om företag anser att det sociala kontraktet inte överensstämmer med verksamheten i företaget kommer åtgärder vidtas. Författaren beskriver vidare att åtgärderna i dessa fall måste särredovisas om de ska ha effekt på externa parter, eftersom legitimitetsteorin bygger på uppfattningar. Innehållet i redovisningen bör således innefatta väsentlig information för att uppfattningarna hos omgivningen ska förändras (Ibid).

Dowling och Pfeffer (1975) behandlar tre olika medel företag kan använda för att legitimera sina aktiviteter, om de utsätts för legitimitets hot.

- Genom att företag anpassar output, mål och arbetsmetoder så att aktiviteterna i verksamheten uppfyller definitionen av legitimitet.
- Genom kommunikation kan företag försöka ändra definitionen av legitimitet, så att de överensstämmer med nuvarande verksamhet, produktion och värderingar.

- Företag kan genom kommunikation försöka bli förknippade med symboler, värderingar eller institutioner som har en stark koppling till legitimitet (Dowling & Pfeffer 1975).

Lindblom (1994 se Deegan 2002) beskriver att om företags legitimitet ifrågasätts, kan dem använda sig av externa upplysningar. Författaren beskriver fyra olika strategier för företag att använda:

- Utbilda och informera intressenter om aktuella förändringar i prestationer och aktiviteter inom företaget.
- Förändra intressenters uppfattningar istället för att förändra företagets existerande beteende.
- Manipulera uppfattningar genom att avleda uppmärksamhet från aktuellt problem till andra problem med hjälp av känslomässiga symboler.
- Förändra externa parter förväntningar på företagets prestation.

Dowling, Pfeffer och Linblom (1994 se Deegan 2002) menar således att företag kan offentliggöra information genom att ge ut årliga rapporter och därigenom få legitimitet. Genom att offentliggöra information kan företag enligt Deegan (2002) motverka eller kompensera negativa nyheter som sprids via nyhetsmedia eller öka intressenters medvetenhet om verksamhetens arbete som tidigare varit okänt. Företag kan då rikta uppmärksamhet till sina styrkor, som exempelvis implementering av säkerhetsåtgärder i verksamheten eller visa vunna miljöpriser (Ibid).

3.2.3 Theory of stakeholder identification and salience

Mitchell, Agle och Wood (1997) beskriver i sin teori Theory of stakeholder identification and salience hur företag kan identifiera sina intressenter och i vilken utsträckning konkurrerande krav från olika intressenter prioriteras av företaget. Författarna menar att teorin är till för att underlätta identifieringen av företagets viktigaste intressenter och vilka intressenter som företaget ska rikta sin uppmärksamhet mot. Till skillnad från intressentteorin fokuserar Theory of stakeholder identification and salience på tre olika attribut som intressenter har i relation till företaget. Med hjälp av attributen, som är *makt*, *legitimitet* och *angelägenhet*, kan olika grupper av intressenter identifieras av företaget (Ibid).

Mitchell, Agle och Wood (1997) använder sig till en början av en bred definition av intressenter som är att intressenter är aktörer som på något sätt påverkas av eller påverkar företags verksamhet. Utifrån den definitionen klassificeras sedan intressenterna genom innehav eller tillskrivna innehav av ett, två eller alla tre attributen. Alltså intressenters *makt* att påverka företaget, intressenternas *legitimitet* i relationen med företaget samt hur *angelägna* intressenternas krav på företaget är. Klassificeringen använder sedermera företaget när det bestämmer vilka intressenter uppmärksamheten ska riktas mot.

Mitchell, Agle och Wood (1997) beskriver en rad olika typer av intressenter i sin teori:

- Vilande intressenter har makt att påtvinga företaget sin vilja men på grund av brist på legitimitet och angelägenhet är deras makt oanvänd. Ett exempel på vilande intressenter är tidigare anställda som genom att tala illa om företaget i media använder sin latent makt.
- Diskretionära intressenter besitter legitimitet, men däremot saknar dem båda makt att påverka företaget och angelägna krav. Icke-vinstdrivande intresseorganisationer är exempel på diskretionära intressenter.
- Krävande intressenter har varken makt eller legitimitet däremot har dem angelägna krav. Det leder till att kraven blir irriterande och besvärliga men däremot inte farliga för företaget, exempelvis kan personer som demonstrerar mot företagets verksamhet vara så kallade krävande intressenter.

Ytterligare en typ av intressent är enligt Mitchell, Agle och Wood (1997), så kallade förväntade intressenter. Denna typ av intressenter har två av tre följande attribut, vilket innebär att intressenterna förväntar sig någonting av företaget. Det finns tre olika typer av förväntade intressenter och de är dominanta, beroende och farliga.

- Dominanta intressenter har både makt samt legitimitet och har således inflytande på företaget. Styrelsen i företag, betydelsefulla kreditgivare, representanter från samhället och investerare beskrivs som exempel på dominanta intressenter.
- Beroende intressenter saknar makt, men besitter däremot legitimerade och angelägna krav. På grund av att de saknar makt är de beroende av andra intressenter för att få igenom sin vilja. Exempel på beroende intressenter är lokalbefolkning, miljö och samhället som finns omkring företaget.
- Farliga intressenter saknar legitimitet men har däremot makt och angelägenhet. Den här gruppen kan vara tvingande och ibland även våldsamma mot företag.

Personer som deltar i vilda strejker, anställda som saboterar och även terrorister är farliga intressenter (Ibid).

Vidare finns det även slutgiltiga intressenter som besitter alla tre attributen, makt, legitimitet och angelägenhet, exempelvis aktieägare. Deras krav är något som företag prioriterar och riktar sin uppmärksamhet mot (Mitchell, Agle & Wood 1997).

3.3 Samverkan

3.3.1 Samverkan med intressenter

Ökade hot om klimatförändringar, ojämställdhet och ohållbar utveckling utgör stora utmaningar för vetenskapen. Forskare på området började därför intressera sig för att involvera intressenter för att därigenom inkludera icke-akademiska aktörers åsikter och kunskaper (Mielke, Vermaßen & Ellenbeck 2017).

Greenwood (2007) definierar intressentengagemang som praxis av företag att involvera intressenter i verksamhetens aktiviteter. Författaren beskriver vidare att intressentengagemang kan ses som ett ömsesidigt och fördelaktigt samarbete mellan företag och dess intressenter. O`Riordan och Fairbrass (2014) menar att intressentengagemang innefattar processer som ska hjälpa företag att etablera, utveckla och upprätthålla intressentrelationer. Ytterligare perspektiv lyfts fram av Greenwood (2007), där intressentengagemang ses som en process för kontroll, samarbete, ansvarsskyldighet mellan företag och deras intressenter.

Greenwood (2007) beskriver intressentengagemang som en eller flera processer av kommunikation, dialog och utbyte. Författaren lyfter fram att aktiviteter som innefattar en eller flera processer som upprepas vid ett flertalet tillfällen och som håller hög kvalitet genererar ett högt engagemang. O`Riordan och Fairbrass (2014) beskriver att intressentengagemang är alla de aktiviteter som skapar möjlighet för dialog mellan företag och dess intressenter med syfte att samla in information som företag kan använda vid beslutsfattande. Genom att ha en dialog mellan företag och intressent menar Cooper (2004) att de krav som intressenterna har, integreras på ett effektivt och snabbt sätt i företagets verksamhet. Fokus ligger således på att skapa en djupare relation runt både icke-finansiella och finansiella värden och intressen, mellan företag och deras intressenter.

Att ha en dialog med intressenter är något som många företag har dagligen på olika sätt, men Barkland och Ljungberg (2010) lyfter fram vikten av att ha en tydlig metodik kring dialogen för att nå bästa resultat. Beroende på hur viktiga intressenterna är för företag, kan syftet med intressentdialogen variera mellan att enbart handla om att samla in information till att ha en kontinuerlig och ömsesidig dialog. Det är således viktigt att företag bestämmer syfte och mål med intressentdialogen innan genomförandet (Ibid).

3.3.2 Strategier för samverkan med intressenter

Då hållbarhetsredovisning enligt Herremans, Nazari och Mahmoudian (2016) har utvecklats som ett svar på intressenternas krav är det viktigt för företag att ha en dialog med intressenterna för att ha en hållbar verksamhet. I och med att företag uppfattar värde och informations transparens på olika sätt, kan företagsledningen använda olika metoder eller strategier vid samverkan med intressenter (Ibid). Morsing och Schultz (2006) utvecklade strategier som utgår ifrån tre olika intressentrelationer och hur företag kommunicerar med intressenter. Strategierna är Stakeholder information strategy, Stakeholder response strategy samt Stakeholder involvement strategy.

Stakeholder information strategy är enligt Morsing och Schultz (2006) en envägs-kommunikation där företag informerar sina intressenter. Företag sprider ut information om organisationen med avsikt att upplysa allmänheten om verksamhetens hållbarhetsarbete. Vidare förklarar författarna att företag som använder strategin inte är intresserade av lyssna på vad intressenter tycker om deras hållbarhetsarbete. Utan företag försöker istället skapa en relation till media för att därigenom förmedla företagets budskap till allmänheten. Strategin förmodar att intressenter antingen kan välja att supporta eller bojkotta företaget, vilket gör det extra väsentligt för företag att förmedla sina goda avsikter, beslut och handlingar för att intressenterna ska ge support till verksamheten (Ibid).

Morsing och Schultz (2006) beskriver Stakeholder response strategy som en tvåvägs-kommunikation mellan företag och intressenter. I den här strategin involveras intressenternas syn på företaget men det finns en obalans i relationen. Obalansen ligger i att företaget inte genomför förändringar trots påtryckningar från intressenterna. Författarna beskriver vidare att företaget tar beslut och gör aktiviteter som anses vara

relevanta för intressenter, för att på så sätt engagera intressenter och påverka deras åsikter eftersom företaget behöver stöd från intressenter. Ett vanligt sätt att få reda på intressenternas syn på företagets hållbarhetsarbete är att genomföra en marknadsundersökning. Strategin anses vara en tvåvägs-kommunikation men liknar egentligen mer än envägs-metod som företag använder för att stödja och förstärka handlingar och identiteten i det egna företaget (Ibid).

Stakeholder involvement strategy däremot förutsätter att det finns en dialog mellan företag och intressenter enligt Morsing och Schultz (2006), som vidare beskriver att det inte existerar någon obalans i relationen. Det innebär således att både företag och intressenter har möjlighet att påverka varandra vilket leder till att båda parter också är villiga att förändra sitt beteende. Stakeholder involvement strategy utgår ifrån ett ömsesidigt samarbete där företag vill influera sina intressenter samtidigt som de vill influeras och vidta åtgärder som intressenterna anser vara viktiga. Författarna beskriver att företag som använder strategin inte nöjer sig med att enbart ge intressenter information om verksamhetens hållbarhetsarbete. Utan de vill ha en dialog som ska hjälpa företag att utveckla sitt arbete med hållbarhet samt skapa större acceptans för företagets verksamhet (Ibid).

3.3.3 Väsentlighetsanalys

Vid bestämmandet av innehållet i hållbarhetsredovisningen ska företag ha en dialog med intressenter, för att få reda på intressenternas förväntningar och intressen. Organisationer som upprättar hållbarhetsredovisning förväntas ha en arbetsprocess där hänsyn tas till intressenters synpunkter vid bestämmande om en fråga är väsentlig eller ej (GRI 2016).

Väsentlighet härleds från den finansiella redovisningen, där det används för att ge intressenter, främst investerare, rätt information att använda som underlag för beslut. Väsentlighet är en viktig del i att bestämma vilken information som är intressant respektive ointressant i den finansiella redovisning och på samma sätt är väsentlighet även viktigt i hållbarhetsredovisning (Hsu, Lee & Chao 2013).

Hsu, Lee och Chao (2013) beskriver tre olika steg som kan användas som ett ramverk för att bestämma vad som är väsentlig information. Det första består av att identifiera alla hållbarhetsfrågor som är relevanta för företagets intressenter, för att i nästa steg kunna

bestämma nivån av betydelse för varje fråga. Tredje steget är validation, vilket betyder att det rapporterande företaget ska bedöma de prioriterade frågorna för att sedan avgöra vad redovisningen ska innehålla (Ibid). Hållbarhetsredovisningen ska skapa värde och fungera som beslutsunderlag för identifierade intressenter, därför är det av stor vikt att ha en dialog med intressenter för att kunna utforma innehållet i redovisningen (Barkland & Ljungberg 2010). Det finns flertalet olika hållbarhetsfrågor som kan tas upp i hållbarhetsredovisningen, av den orsaken identifierar företag frågor som är väsentliga för både den egna verksamheten och deras intressenter för att utforma innehållet efter det (Hopwood, Unerman & Fries 2010).

För att göra det finns det två metoder, intern- och extern väsentlighetsanalys, som ska besvara två frågor:

1. Inom vilka hållbarhetsaspekter (sociala, miljömässiga, ekonomiska) har vår verksamhet en väsentlig *påverkan*?
2. Vilka hållbarhetsaspekter är *viktigast för våra prioriterade intressenter*?(Barkland & Ljungberg 2010 s. 84).

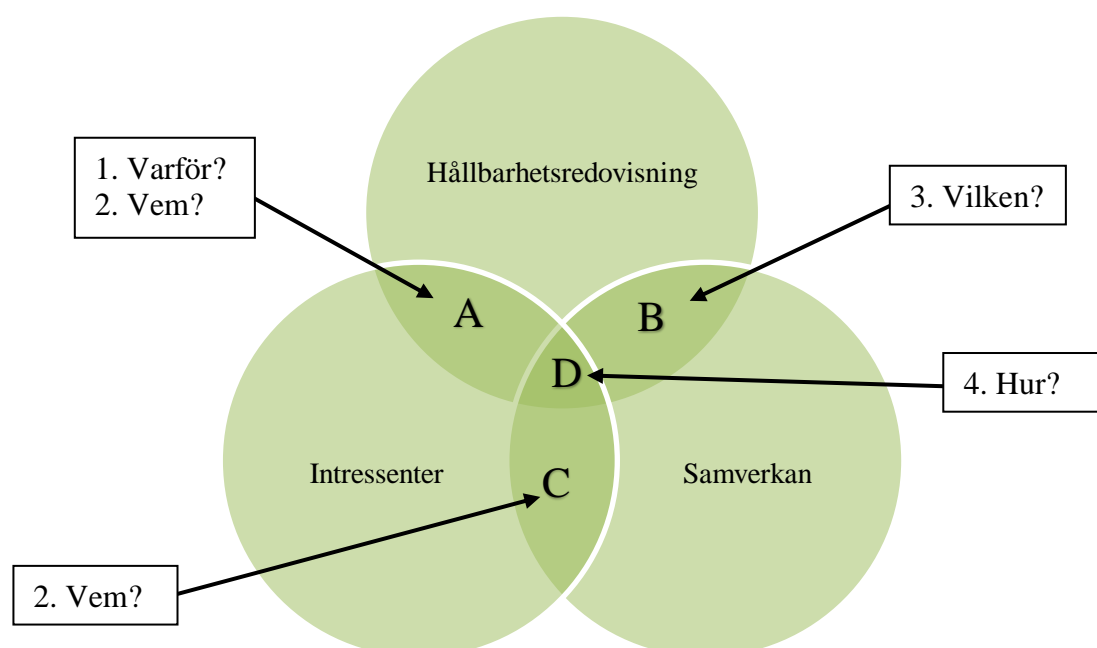
Intern väsentlighetsanalys innebär att nyckelpersoner alternativt representanter från olika områden inom organisationen deltar i exempelvis diskussionsgrupper. Syftet med diskussionsgrupperna är dels att besvara den första frågan om vilka hållbarhetsaspekter organisationen påverkar samt utgör det också är ett sätt att förankra och ge kunskap om hållbarhetsarbete till anställda i organisationen. Att låta anställda svara på enkäter är också ett sätt att genomföra intern väsentlighetsanalys på (Barkland & Ljungberg 2010).

En extern väsentlighetsanalys innebär att intressenter får svara på frågor om vad de anser vara väsentliga hållbarhetsfrågor och framföra vad mer information önskas om (Hopwood, Unerman & Fries 2010). Barkland och Ljungberg (2010) beskriver den externa väsentlighetsanalysen i flera olika steg. Första steget är att bestämma vilka intressenter som ska tillfrågas, vilka som är viktigast och som ingår i hållbarhetsredovisningens målgrupp. Nästa steg är att ta fram frågor som utvalda intressenter ska besvara. Sedan kommer genomförandefasen, där metoden kan väljas antingen beroende på antal intressenter eller hur djupgående resonemang företag vill ha. En enkätundersökning fungerar bättre om det är ett stort antal intressenter medan intervju eller möte föredras om en djupare förståelse efterfrågas.

När den interna- och externa väsentlighetsanalysen är avslutad vägs båda samman till en väsentlighetsanalys som ska visa vilka frågor som gemensamt är viktigast för företaget. Det är svårt att tillgodose alla intressenters behov, men genom en väsentlighetsanalys kan företag visa varför viss information inkluderas och varför viss information inte finns med (Barkland & Ljungberg 2010).

3.4 Hållbarhet, intressenter och samverkan utifrån fyra beslut

Ovan har områdena hållbarhetsredovisning, intressenter och samverkan presenterats som utgör vår teoretiska referensram. Hur teorierna hänger ihop kan förklaras med Deegan och Unermans (2011) fyra beslut och följande modell (se figur 3.3) som utgångspunkt:



Figur 3.3: Syntes av teorierna.

Hållbarhetsredovisning & Intressenter

I syntesmodellens område A sammankopplas hållbarhetsredovisning och intressenter. Motivet till redovisningen påverkar vem som utgör mottagare av den information som presenteras (Deegan & Unerman 2011). Företag har olika motiv till att hållbarhetsredovisa. Det kan bero på lagkrav (PWC 2016), att företag syftar till att synliggöra sitt hållbarhetsarbete eller att det känner skyldighet att redovisa gentemot intressenterna (Deegan & Unerman 2011). Företagen behöver skapa sig en uppfattning om vilka intressenter de har en relation med för att kunna möta deras värderingar och avgöra vilka intressenter som bör utgöra mottagare av redovisningen (Freeman 2010)

[1984]). Område A knyter således an till Deegan och Unermans (2011) två första beslut, *varför* och *vem*.

Samverkan & Hållbarhetsredovisning

Område B knyter an till det tredje beslutet *vilken* (Deegan & Unerman 2011) genom att samverkan och hållbarhetsredovisning kopplas ihop. Hållbarhetsredovisningen ger intressenter information om företags arbete med hållbarhet och den information som presenteras påverkar intressenternas möjlighet att fatta beslut (GRI 2016). Genom att samverka med intressenterna är det möjligt att avgöra vilken information som ska presenteras för att göra redovisningen användbar vid beslutsfattande (Barkland & Ljungberg 2010).

Intressenter & Samverkan

Område C kopplar ihop intressenter och samverkan. Detta samband faller sig naturligt för oss eftersom det blir möjligt att samverka med intressenterna när företaget har kännedom om vilka som utgör intressenter och hur de påverkar alternativt påverkas av företaget. Således knyter även detta område an till Deegan och Unermans (2011) andra beslut, *vem*.

Samverkan, Hållbarhetsredovisning & Intressenter

Område D kopplar samman samverkan, hållbarhetsredovisning och intressenter, vilket utgör området för vår forskningsfråga och Deegan och Unermans (2011) fjärde beslut *hur*.

4 Företagen om hållbarhetsredovisning, intressenter och samverkan

Detta kapitel innehåller den primärdata som samlades in vid intervjuer med representanter från företag. Kapitlet syftar till att ge en bild av respondenternas syn på hållbarhetsredovisning, intressenter och samverkan.

4.1 Liljas Bil

Informationen kommer från Liljas hållbarhetsredovisning och en personlig intervju med två personer på Liljas Bil som har varit engagerade i framställningen av hållbarhetsredovisningen. Respondenterna har valt att vara anonyma därav benämns de som Affärsstöd 1 och Affärsstöd 2.

Liljas Bil är en helhetsleverantör när det kommer till bilägande. De finns med sina kunder från inköp och genom hela bilägandet då de exempelvis har både verkstad, biltvätt och däckförvaring. Deras filosofi är att ”*det ska vara enkelt att både köpa och köra bil*” (Liljas Bil u.å. a). Företaget grundades 1928 och sedan år 2000 har miljöfrågor varit i fokus. Verksamheten bedrivs i Småland och på Öland och består av totalt åtta anläggningar. Idag omsätter företaget ungefär 1,8 miljarder kronor och totalt arbetar 275 personer på Liljas Bil (Liljas Bil u.å. a)

4.1.1 Hållbarhetsredovisning

Enligt affärsstöd 1 och 2 är det första gången Liljas upprättar en hållbarhetsredovisning i denna formen. Även om de har arbetat med de här frågorna tidigare så är det första gången allt har sammanställts i en och samma rapport. Vidare nämner Affärsstöd 2 att de även tidigare har jobbat med miljöfrågor både på arbetsmiljösidan och med energi på fastigheter och biltvättar.

Anledningen till att Liljas började hållbarhetsredovisa var att företaget enligt lag var tvungna, förklarar affärsstöd 1 och 2. Vidare menar Affärsstöd 1 att det kan föra något bra med sig även om kravet har medfört extraarbete i form av att sammanställa materialet som tidigare har redovisat på olika ställen och även i form av funderingar kring redovisningens utformning samt innehåll. Enligt Affärsstöd 2 tillför i dagsläget inte

hållbarhetsredovisningen i sig något åt verksamheten, men poängterar att den i framtiden kan bli mer viktig även om det i nuläget är oklart vilka krav kunderna kommer ha gällande redovisningen.

”Ska man vara ärlig så är väl inte själva hållbarhetsrapporten i sig något vi ser som nått som direkt tillför vår verksamhet någonting, än då, sen kanske den blir jätteviktig, det vet man ju inte hur den liksom kommer, vilka krav det kommer från kunder exempelvis på det här. Men i dagsläget så är det väl egentligen ingen som direkt efterfrågat så, just rapporten.”
(Affärsstöd 2, Liljas)

Affärsstöd 2 uttrycker avsaknad av tydlig ramar för hur en hållbarhetsrapport ska vara, vilket leder till att företagen utnyttjar möjligheten att visa upp en positiv sida av sitt arbete istället för att visa medvetenhet kring sina brister och förbättringsmöjligheter. Vid upprättandet av redovisningen har Liljas utgått från FN:s klimatmål, eftersom upplägget angågs trevligt ur ett läsarperspektiv, berättar Affärsstöd 2. Vidare menar Affärsstöd 1 också att klimatmålen var lätta att förhålla sig till och fungerade som en bra utgångspunkt eftersom det är första gången en samlad rapport tas fram. Klimatmålen valdes utifrån det som låg närmast och var mest angeläget för Liljas verksamhet förklarar Affärsstöd 1. Affärsstöd 2 förklarar vidare att vissa av målen har Liljas ingen chans att påverka och Affärsstöd 1 menar att vissa mål ligger för långt ifrån den verksamhet som Liljas bedriver. Företaget måste inrikta sig på dem områden som ligger närmast deras verksamhet och har chans att göra en skillnad förklarar Affärsstöd 2. Även deras revisionsbyrå har stöttat utformningen av redovisningen genom att upplysa Liljas om olika grundläggande delar som måste vara med, förklarar Affärsstöd 2. Utav de 17 klimatmålen (Se figur 3.1 på s. 21) har Liljas valt att fokusera på fyra följande mål:

- Nr 3 – God hälsa och välbefinnande.
- Nr 8 – Anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt.
- Nr 12 – Hållbar produktion och konsumtion.
- Nr 14 – Hav och marina resurser (Liljas Bil u.å. b).

Affärsstöd 2 tror att årets hållbarhetsredovisningar kommer att vara väldigt olika eftersom det är många, precis som Liljas, som upprättar redovisningen för första gången. Därav

antar Affärsstöd 2 att många redovisningar kommer se helt annorlunda ut nästa år, även deras egen. Båda är överens om att de kan ta lärdom av andra företags hållbarhetsredovisningar för att kunna förbättra sin egen.

Liljas upprättar en separat hållbarhetsredovisning (Liljas Bil u.å. b) som finns tillgänglig för allmänheten via deras hemsida och för personalen via intranätet. Enligt affärsstöd 2 utgör hållbarhetsredovisningen en enskild rapport för att den ska vara tydlig och lättåtkomlig för kunder, eftersom en årsredovisning tenderar att avskräcka personer som inte är intresserad av ekonomisk fakta. I framtiden spår affärsstöd 2 att offentlig verksamhet och statliga myndigheter utöver årsredovisningen även kommer att kräva in en hållbarhetsredovisning vid upphandlingar, således blir hållbarhetsarbetet tydligare om det redovisas enskilt. Att den ska vara lättåtkomlig grundar sig enligt båda Affärsstöden i en önskan om många läsare och stolthet över företagets hållbarhetsarbete.

4.1.2 Intressenter

Kunderna nämner Affärsstöd 2 som den viktigaste intressenten för Liljas och det är viktigt för företaget att visa kunderna att hela verksamheten har ett hållbarhetstänk. Vidare förklarar Affärsstöd 1 att med tanke på de produkter som Liljas tillhandahåller som kanske inte alla anser vara miljövänliga, så är det viktigt att hela verksamheten arbetar med hållbarhetsfrågor. Bland annat tvättanläggningarna som är svanenmärkta lyfter Affärsstöd 1 fram som ett sätt för företaget att visa gentemot sina kunder att Liljas har ett hållbarhetstänk. En ytterligare intressent som Affärsstöd 2 berör är leverantörerna, där Volvo och Renault är störst.

Även anställda lyfter Affärsstöd 2 fram som viktiga intressenter på Liljas och företaget satsar mycket på att ha en välmående och hälsosam personal genom bland annat företagshälsovård. Vidare nämner Affärsstöd 1 myndigheter som en intressent som hållbarhetsredovisningen riktas mot, eftersom det oftast är dem som är intresserade av att läsa rapporten.

4.1.3 Samverkan

Affärsstöd 2 förklarar att dem är ganska hårt styrda av sina leverantörer som ställer vissa krav på Liljas, bland annat att vissa etiska regler måste följas. Utöver kraven från leverantörerna har varken Affärsstöd 1 eller 2 i dagsläget upplevt några större krav från

några intressenter. Däremot tror Affärsstöd 2 att om kunder är missnöjda med miljöarbetet så vänder de sig hellre till en konkurrent än att framföra sina krav. Vidare förklarar affärsstöd 2 att rapporten används för att visa personalen att det finns företagshälsovård, vilket enligt affärsstöd 1 beror på att de är måna om att personalen ska vara frisk.

Affärsstöd 2 berättar att ingen hittills har efterfrågat en hållbarhetsredovisning av företaget. Även om den i nuläget inte har efterfrågats så anser Affärsstöd 2 att hållbarhetsredovisningen kan användas i marknadsföringssyfte för att visa upp hållbarhetsarbetet, exempelvis de svanenmärkta biltvättarna. Affärsstöd 2 anser att kravet på hållbarhetsredovisning har kommit i skuggan av införandet av den nya dataskyddsförordningen, GDPR, vilken har varit omdebatterad i tidningar, och att kunder och andra intressenter därför saknar kännedom om att denna typen av redovisning existerar. Affärsstöd 1 betonar att om efterfrågan på rapporten ökar, så kommer innehållet anpassas och presentationen av information till större del utvecklas utifrån efterfrågan. Vidare förklarar affärsstöd 1 att det kommer innebära att rapporten blir mer användbar än vad den är i dagsläget.

”Det har ju varit jättemycket diskussion kring GDPR [...]. Tidningarna skriver ju om att lagen träder ikraft, man ska kunna göra såhär för att få fram dina uppgifter ifrån företagen och sådär, men just hållbarhetsrapporten har ju egentligen inte nämnts någonting[...]. Jag tror att det är få kunder, intressenter som är upplysta om att den finns.”
(Affärsstöd 2, Liljas)

4.2 Atteviks

Informationen kommer från Atteviks hållbarhetsredovisning och en personlig intervju med Cecilia Löf, delägare och ansvarig projektledare för hållbarhetsredovisningen hos Atteviks. Löf har varit engagerad i redovisningens framställning.

Atteviks grundades år 1945 och är idag en av Sveriges större återförsäljare av bilar (Atteviks u.å. a). Deras affärsidé lyder som följer ”Vi erbjuder våra kunder ett komplett biläggande genom attraktiva varumärken, kompetent personal och hög tillgänglighet” (Atteviks u.å. b). Löf berättar att företaget bedriver sin verksamhet på 7 orter i Småland.

Totalt omsätter koncernen ungefär 2 miljarder kronor och antalet anställda uppgår till cirka 400 personer (Atteviks u.å. b).

4.2.1 Hållbarhetsredovisning

Löf berättar att hållbarhetsredovisningen för år 2017 är den första som upprättas av Atteviks. Att företaget har upprättat en hållbarhetsredovisning beror dels på att de omfattas av lagkravet, men enligt Löf kändes det även som ett naturligt steg för att utveckla företagets miljötank. Företaget har alltid haft ett kvalitetsarbete och länge varit ISO-certifierade. Arbetet med miljöfrågor och hållbarhet är inget nytt för företaget.

”Jo men det kändes naturligt. Att vi ska göra det. Dels är jag personligen väldigt engagerad i de här frågorna eftersom jag brinner mycket för miljöfrågor och har drivit det här i styrelsen så det var där diskussionen började hos oss.” (Löf, Atteviks)

Vidare berättar Löf att funderingarna började kring hur de kan minska sitt klimatavtryck, utan att frånga företagets själ som bilhandlare.

Löfs uppfattning är att många andra företag har anlitat konsulter som fokuserat redovisningen på några nyckeltal, vilket resulterar i att redovisningen blir en papperstiger. Enligt Löf har det varit viktigt att redovisningen inte bara bygger på tomma ord och agerar hyllvärmare. Vidare berättar Löf att de vill bevisa att Atteviks tar det här på stort allvar, vilket utgör bakgrunden till att hållbarhetsredovisningen presenteras i en enskild rapport som finns tillgänglig för intressenterna.

Vid upprättandet av redovisningen har de utgått från professor Karl-Henrik Robérts metod, om åtta hållbarhetsprinciper. Löf berättar att hon gått en kurs i hållbar utveckling hos Blekinge Tekniska Högskola, och att det är därefter som det interna arbetet startat. Vidare berättar Löf att de även övervägde GRIs riktlinjer, men att hon anser att GRIs riktlinjer är bättre lämpade för storföretag och företag inom exportnäringen, vars verksamhet löper större risk att utsättas för barnarbete eller hamna i konflikt med minoritetsbefolkningar eller anställda. Eftersom företaget är lokalt förknippat med Småland så berättar Löf att det kändes som en överdrift att redovisa enligt GRI.

Enligt Löf beskriver redovisningen på ett tydligt sätt hur deras arbete ser ut. Vidare förklarar hon att redovisningen bygger på en nulägesanalys. Till exempel berättar hon att fossila bränslen, som är ett hållbarhetsproblem, idag är en del av branschen och att det utgör deras verklighet.

”Ja nu har vi varit jätteöppna här och det har vi tyckt ha varit lite läskigt [...] man vill ju inte blotta sin verksamhet för konkurrenterna. Samtidigt så är ju tanken att det här ska vara något större för kan vi få konkurrenterna att också växla upp så är ju det en vinst i sig [...]. För vi måste ju alla hjälpas åt att rädda planeten.” (Löf, Atteviks).

4.2.2 Intressenter

Kunder, medarbetare, andra leverantörer, finansinstitut, aktieägare, myndigheter samt andra samhällsinstitut och allmänheten listar Atteviks som sina intressenter. Även generalagenterna, Scania Sverige AB och Volkswagen Group Sverige AB, är intressenter till företaget och som även påverkar företagens arbetssätt (Atteviks u.å. c).

Löf menar att hållbarhetsredovisning riktas mot kunder, som kan ta del av informationen på hemsidan och medarbetare som via intranätet får kännedom om rapporten. Även banken och styrelsen har fått rapporten presenterad och generalagenterna har också tagit del av informationen förklarar Löf.

Inga intressenter är viktigare än någon annan enligt Löf, som beskriver att om de inte har kunder så överlever inte företaget. Företag kan inte heller existera utan medarbetare och har inte företag stöd av banken när de vill expandera finns det inget företag heller menar Löf. Hon beskriver vidare att det är svårt att rangordna intressenterna och menar att alla är lika viktiga.

4.2.3 Samverkan

I dagsläget upplever inte Löf att intressenterna har ställt krav på redovisningen och poängterar att hållbarhetsredovisningen ligger i sin linda. Däremot är det kunder som har efterfrågat redovisningen.

”Det är kunder som har efterfrågat och det är kunder som vi har nära samarbete med, och som också är intresserade av dem här frågorna” (Löf, Atteviks).

Vidare berättar Löf att hon ska träffa kunderna som har efterfrågat redovisningen, för att presentera det dem har gjort och för att försöka hitta utbyten för framtida affärer.

Löf berättar att redovisningen har varit en fråga för styrelsen och att aktieägarna har fått tycka till. Vidare förklarar Löf att VDn har varit ansvarig och behandlat det i sin ledningsgrupp, i vilken Löf har ingått i. En workshop med Karl-Henrik Robért, professor på Blekinge Tekniska högskola, har genomförts där ledningsgruppen och övriga medarbetare deltagit. Framtagningen av redovisningens innehåll har enligt Löf varit en gemensam process där alla har fått lämna in material. Löf berättar exempelvis att personalchefen har lämnat in svar på olika sociala frågor och att kvalitets- och miljöansvariga har lämnat in svar på sina områden. Därefter har materialet skickats vidare på remiss, innan Löf personligen har sammanställt de olika delarna. Finanschefen har även utgjort ett stöd genom att kontrollera så att viktiga områden finns med och att de framställs på ett korrekt sätt.

”Så vi har ju på ledningsnivå absolut, alla har varit delaktiga skulle jag ju vilja säga” (Löf, Atteviks)

4.3 Växjö Energi AB

Informationen kommer till stor del från Växjö Energis hållbarhetsredovisning, en del information har även samlats in via mejlintervju med Julia Ahlrot, nytillsatt chef för strategi och omvärldsrelationer.

Växjö Energi levererar el, värme och bredband i Växjöregionen. Företagets drivkraft är *”göra din vardag enklare på ett smart och resurseffektivt sätt”* (Växjö Energi u.å.). Resurser utnyttjas effektivt genom att restprodukter från skogen tas tillvara på i värmeproduktionen och samtidigt produceras förnybar el. Företagets satsning på biobränsle har lett till minskade koldioxidutsläpp i hela kommunen (Växjö Energi u.å.). Växjö Energi grundades 1887 och hade vid årsskiftet 2017/2018 196 medarbetare. Idag omsätter företaget 749 miljoner kronor (Växjö Energi 2018).

4.3.1 Hållbarhetsredovisning

Växjö Energi har valt att göra en kombinerad rapport som innehåller både företagets hållbarhetsredovisning och årsredovisning. Årets redovisning är inte den första hållbarhetsredovisning som Växjö Energi upprättat, däremot är det första gången som redovisningen genomförs enligt GRI standards. Den redovisningen som avsåg år 2014 upprättades endast utifrån GRI som inspirationskälla (Växjö Energi 2018). Ahlrot förklarar att i och med införandet av lagen blev det aktuellt för Växjö Energi att återuppta hållbarhetsredovisningen, som sedan 2014 har varit vilande.

Hållbarhetsredovisningen beskrivs av Ahlrot som ett sätt för företaget att göra uppföljningar på det hållbarhetsarbete verksamheten gör samt hur de kan förbättra sig för att uppnå förväntningar och ambitioner. Vidare beskriver Ahlrot redovisningen som ett sätt att systematisera hållbarhetsarbetet. Ahlrot hänvisar till att redovisningen motsvarar en utvärderingsfas enligt PDCA-cykeln (Se Figur 1, bilaga 4).

Enligt ägardirektivet ska Växjö Energi bedriva sin verksamhet på ett sätt som främjar ekonomisk, social och ekologisk hållbarhet samt ett effektivt resursutnyttjande (Växjö Energi 2018).

4.3.2 Intressenter

Kunder, medarbetare, ägare, kommuninvånare, leverantörer, myndigheter, universitet och skolor samt bransch- och intresseorganisationer är Växjö Energis primära intressenter (Växjö Energi 2018).

”De vi har nämnt är alla viktiga. Våra kunder, våra medarbetare (inkl potentiella) och våra ägare är alla viktiga på sina olika sätt.” (Ahlrot, Växjö Energi)

4.3.3 Samverkan

Växjö Energi har en daglig kontakt med intressenterna på en mängd olika sätt. Kommunikation kan ske via samtal med kundservice, heminstallationer av bredband hos kund, ny leverantörs upphandling, en skolklass på studiebesök, styrelsemöte med ägarna eller frukostmöte med medarbetarna (Växjö Energi 2018).

Utöver den dagliga kontakten med intressenterna har Växjö Energi även riktade undersökningar och dialoger, för att ta del av intressenternas synpunkter och på så sätt säkerställa att företagets verksamhet är relevant för intressenterna. En undersökning görs varje år där kommuninvånarna i Växjö får svara på frågor om Växjö Energis varumärket. Kommuninvånarna blev även tillfrågade om vilka deras fem viktigaste hållbarhetsfrågor är och det var fossilfritt, driftsäkerhet, utsläpp till vatten och vattenanvändning, att vara en attraktiv och hållbar arbetsgivare samt resurseffektivitet (Växjö Energi 2018).

En väsentlig hållbarhetsfråga för Växjö Energi är kundnöjdhet, som de mäter vartannat år genom att dialog med kunder. För att analysera den data de får in så använder dem sig sedan 2017 av Svenskt Kvalitetsindex för att kunna jämföra resultatet med andra företag i branschen. En annan dialog som genomförs är Prisdialogen som ska ge kunder en inblick i kostnader för bland annat produktion, bränsle och distribution samt få möjlighet att påverka priset. För att stärka samarbetet med kunderna gjordes det en workshop med avsikt att ta reda på vilka frågor som är prioriterade hos kunderna (Växjö Energi 2018).

Fyra gånger varje år får medarbetarna på Växjö Energi besvara en enkät som de kallar temperaturmätning. Där besvaras frågor som baseras på företagets värdegrund, förväntningar och ansvar. Anledningen till att de görs fyra gånger varje år är för att kunna följa förändringar över tid samt att eventuella förbättringsåtgärder kan genomföras snabbare. Växjö Energi vill vara bidragande till en hållbar utveckling inom energibranschen och är därför medlem i olika lokala och nationella bransch- och intresseorganisationer (Växjö Energi 2018).

Växjö Energi påverkar både människor och miljö, därför är det viktigt för företaget att ta reda vilka områden som verksamheten har störst påverkan på omvärlden. För att få reda på vart påverkan är som störst har företaget genomfört en väsentlighetsanalys som består av två olika delar. Första steget var att göra en omvärldsanalys, där trender inom hållbarhet, olika globala hållbarhetsmål bland annat FN:s globala hållbarhetsmål samt även lagen om obligatorisk hållbarhetsredovisning undersöktes. Utifrån den insamlade informationen kan Växjö Energi få reda på vilka deras prioriterade hållbarhetsfrågor är (Växjö Energi 2018).

Omvärldsanalysen kompletterades sedan med intervjuer av dels ledningsgruppen i företaget samt medarbetare från stödfunktioner så som inköp, ekonomi och Human Resource. Resultatet från omvärldsanalysen och intervjuerna vägs samman och ett antal väsentliga hållbarhetsfrågor identifierades. Sedan prioriteras dessa hållbarhetsfrågor efter hur väsentliga dem är för Växjö Energi och deras verksamhet, genom en workshop tillsammans med representanter från olika delar av organisationen. Fem väsentliga hållbarhetsfrågor identifierades och prioriterades, dessa frågor utgör innehållet i hållbarhetsredovisningen. Frågorna ska även inkluderas i affärsplanen, det ska också finnas handlingsplaner och tydliga mål för alla väsentliga hållbarhetsfrågor (Växjö Energi 2018).

4.4 Kalmar Energi AB

Informationen kommer från Kalmar Energis hållbarhetsredovisning och en mejlintervju med VD Anna Karlsson på Kalmar Energi som har varit engagerad i framställningen av hållbarhetsredovisningen.

Kalmar Energi är ett elbolag som levererar el, fjärrvärme, fiber och energitjänster i Kalmarregionen. Företagets affärsidé är "att leverera en enkel och hållbar energitillvaro i Kalmarregionen" (Kalmar Energi u.å.). Företaget erbjuder 100 % förnybar energi eftersom företag vill vara en bidragande faktor till att skapa tillväxt och bidra till ett hållbart långsiktigt samhälle. Idag omsätter Kalmar Energi ca 700 miljoner och företaget har ca 100 anställda (Kalmar Energi u.å.).

4.4.1 Hållbarhetsredovisning

Kalmar Energi började att dokumentera sitt miljöarbete redan i början på 90-talet, förklarar Karlsson men under de senaste fem åren har dem breddat perspektivet från miljöarbete till hållbarhet.

Anledningen till att Kalmar Energi redovisar sitt hållbarhetsarbete är enligt Karlsson dels att det finns krav på att bolag i en viss storlek ska redovisa hållbarhet, men även för att visa kunder och både befintliga samt nya medarbetare vad företaget står för. Vidare förklarar Karlsson att eftersom värderingar och värdegrund bara är ord är det viktigt för Kalmar Energi att genom en hållbarhetsredovisning visa vad företaget faktiskt gör.

Hållbarhetsredovisningen presenteras i en enskild rapport (Kalmar Energi 2018).

Kalmar energi har, enligt Karlsson, valt att utgå ifrån FN:s globala hållbarhetsmål som återfinns i Agenda 2030. Utav de 17 klimatmålen (Se figur 3.1 på s. 21) har Kalmar Energi valt ut följande fyra mål:

- Nr 7 - Hållbar energi för alla.
- Nr 11 - Hållbara städer och samhällen.
- Nr 12 - Hållbar konsumtion och produktion.
- Nr 13 - Bekämpa klimatförändringarna (Kalmar Energi 2018)

eftersom det enligt Karlsson är dessa fyra områden som företaget anser sig ha störst möjlighet att påverka. Utifrån de här målen läggs det upp handlingsplaner för hur målen ska nås.

När det kommer till innehållet i redovisningen menar Karlsson att dem utgår ifrån de formella krav som finns och uppfyller dem. Karlsson samlar in det materialet som hon behöver för att kunna sammanställa rapporten. Informationen hämtar hon ifrån verksamheten och det är allt ifrån miljödata och försäljning till produktion.

4.4.2 Intressenter

Karlsson nämner ägare, kunder, medarbetare och samhället som viktiga intressenter för Kalmar Energi och detta på grund av att det är dem här olika grupperna som bedömer när verksamhetens mål och syfte är uppnått. Vidare menar Karlsson att kunder, medarbetare och ägare utgör företagets viktigaste intressenter och att de är viktiga vid olika tillfällen.

Hållbarhetsredovisningen utformas och kommuniceras på olika sätt beroende på vilka som är mottagare av den information som företaget vill förmedla förklarar Karlsson. Via filmer, hemsida och andra sociala medier kommuniceras budskapet till kunder och medarbetare. Till myndigheter kommuniceras informationen genom en formell rapport.

4.4.3 Samverkan

Karlsson berättar att många externa parter kontaktar företaget för att få stöd inom de fyra områden som klimatmålen berör. Alltså är det externa parter som finns runt omkring företaget som bestämmer vilka områden som Kalmar Energi är i framkant i menar Karlsson. Genom att också kommunicera arbetet som görs utifrån fyra globala hållbarhetsmål visar företaget att de gjort aktiva val, vilket kan inspirera andra och göra

att fler aktörer vill vara delaktiga i hållbarhetsarbetet menar Karlsson. Karlsson betonar också att de gärna hjälper andra och även tar hjälp av andra som har sin spets kunskap inom andra områden.

De krav som Kalmar Energi får från sina intressenter enligt Karlsson är främst från kunderna som förväntar sig att de varor och tjänster som levereras är hållbara. Vidare förklarar hon att kunderna förväntar sig att alltifrån produktionen, leveransen och paketeringen av varorna och tjänsterna ska ske på sådant sätt att det inte påverkar miljön på lång sikt. Samt att det är bra villkor både för medarbetare och leverantörer.

5 Företagens hållbarhetsredovisning och samverkan med intressenter ur ett teoretiskt perspektiv

I detta kapitel kommer en diskussion föras kring det företagens syn på hållbarhetsredovisning utifrån vår analysmodell på sidan 32 figur 3.3 i teorikapitlet. Vidare kommer vi analysera och förklara hur parametrarna hållbarhetsredovisning, intressenter och samverkan teoretisk och empiriskt hänger samman utifrån Deegan och Unermans (2011) fyra beslut, varför, vem, vilken och hur.

5.1 Motiv till att hållbarhetsredovisa – Varför?

Från räkenskapsår 2017 är större bolag tvungna att upprätta en hållbarhetsredovisning (PWC 2016). Samtliga tillfrågade företag uppfyller kriterierna för att betraktas som större bolag och för tre av fyra företag är det första gången som en hållbarhetsredovisning upprättas. Lagkravet utgör samtliga företags huvudsakliga motiv till upprättande av redovisningen, vilket utgör svaret på det enligt Deegan och Unerman (2011) första beslutet som behöver fattas. Däremot har samtliga företag redan innan haft ett starkt hållbarhetsfokus, vilket har lett till att företagen upplever införandet av redovisningen som en naturlig utveckling av deras redan pågående arbete. Företagen har även funnit det motiverande att genom redovisningen kunna visa upp sitt hållbarhetsarbete, vilket enligt Deegan och Unerman (2011) utgör ett svar på varför företag hållbarhetsredovisar. Således bedömer vi att motiven till redovisning är av mer ekonomisk karaktär, trots att arbetet som behandlas i redovisningarna i mångt och mycket är av etisk karaktär.

Både bil- och energibranschen är sedan länge två socialt accepterade branscher. Branschernas stora miljöpåverkan har lett till att det är viktigt för företagen att arbeta med hållbarhet i dagens allt mer hållbarhetsfokuserade samhälle, vilket särskilt poängteras av Affärsstöd 1 på Liljas. Vi ser tydliga kopplingar mellan företagens motiv att arbeta med hållbarhet och legitimitetsteorin, vilken innebär att företag påverkas av det samhället som de är verksamma i. Samtliga företags kunder förväntar sig att företagen arbetar med hållbarhet, annars kan kunderna enligt Affärsstöd 2 på Liljas välja att gå till en konkurrent som lever upp till deras förväntningar när det kommer till hållbarhetsarbetet. Vidare lyfter även Löf på Atteviks fram att exempelvis kunderna är avgörande för företags överlevnad, vilket kan kopplas till det sociala kontrakt som legitimitetsteorin bygger på

och som upprätthålls genom att företagen agerar på ett enligt samhället acceptabelt sätt (Deegan 2002). Ett sätt för företag att skaffa sig legitimitet är genom att offentliggöra information (Dowling, Pfeffer & Lindholm 1994 se Deegan 2002), vilket kan tolkas som ytterligare ett motiv till att företagen upprättar hållbarhetsredovisningar då samtliga uttrycker vikten av att synliggöra det hållbarhetsarbetet som faktiskt görs.

5.2 Målgrupp för hållbarhetsredovisning – *Vem?*

Gemensamma intressenter för alla företag är kunder, anställda och myndigheter, vilka vi uppfattar som intressenter enligt Freemans (2010[1984]) definition av intressenter. Vidare har tre av fyra företag listat sina leverantörer och ägare som intressenter. Till övervägande del är intressenterna enligt vår uppfattning att betrakta som primära intressenter utifrån Clarksons (1995) beskrivning, eftersom de flesta presenterade intressenter direkt påverkar företagets överlevnad. Däremot är det endast hälften av företagen som uttryckligen har beskrivit att några intressenter är viktigast, där kunderna utgör den gemensamma intressentgruppen.

Med tanke på bil- och energibranschen stora miljöpåverkan är det viktigt för samtliga företag att kunderna är medvetna om företagets arbete med hållbarhet. Både Karlsson och Affärsstöd 2 lyfter fram kunderna som deras viktigaste intressenter. Löf poängterar också att utan varken kunder eller anställda finns det inget företag. Myndigheter har ett direkt inflytande på samtliga företag i och med införandet av den nya hållbarhetslagen som har gjort att företagen måste redovisa hållbarhetsarbetet. Kunder, anställda och myndigheter skulle således kunna klassas som dominanta intressenter till samtliga företag enligt Mitchell, Agle och Woods (1997) definition. Eftersom alla fyra företag är direkt beroende av sina kunder, medarbetare och myndigheter skulle dem även kunna klassas som slutgiltiga intressenter enligt Mitchell, Agle och Woods (1997) beskrivning. Vilket innebär att företag prioriterar dem intressenterna och riktar mycket av sin uppmärksamhet mot dem. Affärsstöd 2 beskriver också att Liljas Bil är styrda av deras leverantörer där Volvo och Renault är störst, vilka ställer vissa krav som företaget måste följa. Även Atteviks verksamhet styrs av deras leverantörer, vilka är Volkswagen och Scania. Således skulle leverantörer kunna ses som en slutgiltig intressent till Liljas Bil enligt Mitchell, Agle och Woods (1997) definition av begreppet.

5.3 Väsentlig information – *Vilken?*

Genom att samverka med intressenterna är det möjligt att i redovisningen möta intressenternas intressen och förväntningar (GRI 2016). Presenteras rätt information kan redovisningen utgöra underlag vid beslutsfattande (Hsu, Lee & Chao 2013). Begreppet hållbar utveckling är inte konkret definierat och innebär att frågorna som berör hållbarhet är många. Därför är det viktigt att företaget identifierar vilken typ av information som är intressant och väsentlig att redovisa (Hopwood, Unerman & Fries 2010). Samtliga företag som vi tillfrågat har i hållbarhetsredovisningen använt information kring det arbete som redan görs i företaget och utifrån det sammanställt rapporten. Hållbarhetsredovisningarna bygger således till stor del på en intern nulägesanalys av företagen. Utöver det har Atteviks och Växjö Energi dessutom genomfört workshops och medarbetarundersökningar. De två företagen har således gjort medarbetare och ledningsgrupperna delaktiga i utformningen av hållbarhetsredovisningen vilket Barkland och Ljungberg (2010) definierar som en intern väsentlighets analys.

Växjö Energi genomför utöver det också undersökningar och dialoger hos intressenterna samt en omvärldsanalys för att ta reda på vilken påverkan företagets verksamhet har på omvärlden, vilket kan anses vara en extern väsentlighetsanalys enligt Barkland och Ljungbergs (2010) definition. Även Atteviks är i startgroparna till vad som inför kommande hållbarhetsredovisningar skulle kunna utgöra en mer utförlig extern väsentlighetsanalys genom att de enligt Löf ska börja diskutera hållbarhet med sina kunder.

Växjö Energi som i dagsläget är det enda företaget som har gjort väsentlighetsanalyser både internt och externt presenterar en mer utförlig och omfattande hållbarhetsredovisning. Även Atteviks redovisning är mer omfattande. En möjlig anledning till det är enligt oss att både interna och externa väsentlighetsanalyser resulterar i fler frågor som är att betrakta som väsentliga, och således bör behandlas i redovisningen. Vidare tror vi även att erfarenheten av hållbarhetsredovisning och chefernas personliga intresse för hållbarhetsfrågor till viss del påverkar redovisningens omfattning, där det senare är fallet med Atteviks. Ytterligare en möjlig anledning till att Liljas och Kalmar Energis hållbarhetsrapporter är mindre omfattande beror på valet av metod där redovisningen har begränsats till att innehålla de fyra hållbarhetsområden där företagen anser sig ha störst chans att göra skillnad. Företagen har endast ett gemensamt utvalt mål

vilket är mål nr. 12 som handlar om hållbar produktion och konsumtion. Vi tror att detta målet är gemensamt eftersom företagen länge har strävat efter att ha hållbara arbetsmetoder. Vidare knyter även det tolfte målet an till att företagen nu upprättar en hållbarhetsredovisning. Att de övriga målen skiljer sig åt tror vi beror på att företagen i sina verksamheter fokuserar på olika hållbarhetsfrågor och att precis som de beskriver, att målen har valt utifrån vad som tydligast kan kopplas till verksamheten. Liljas har genom sina miljövänliga biltvättar arbetat aktivt för att värna om haven genom att minska föroreningarna, vilket framstår som något företaget är stolt över och vill visa upp. Detsamma gäller Kalmar Energi, där vi ser en tydlig koppling mellan företagets verksamhet och exempelvis det sjunde målet om hållbar energi. Vi anser därmed att valet av klimatmål beror på vilken bransch företagen är verksamma inom och att specifika mål väljs utifrån vad som har en tydligast förankring till verksamheten. Däremot vill vi poängtera att företagen på ett eller annat sätt även kan påverka de övriga målen i Agenda 2030 både direkt och indirekt, även om representanterna för både Liljas och Kalmar Energi påstår att en del mål ligger för långt från företagets respektive verksamhet för att gå att påverka.

Resultaten från Växjö Energis interna och externa väsentlighetsanalyser har sammanställts i ett antal hållbarhetsfrågor, där kundnöjdhet utgör en prioriterad fråga som ska handskas med genom att föra dialog med intressenter. Att samtliga företag har gjort en intern väsentlighetsanalys tror vi bygger mycket på samtliga företags vilja att visa upp sitt arbete och således använda rapporten som ett marknadsföringsverktyg. Utifrån den information som presenterats i redovisningarna upplever vi att det är Atteviks som tydligast redovisar både positiva och negativa aspekter av företagets hållbarhetspåverkan. Till viss del beskriver även Växjö Energi både positiva och negativa aspekter genom att frågor där de har störst negativ påverkan har prioriterats, dock framgår inte verksamhetens brister lika tydligt som i Atteviks redovisning. Att redovisningen blir mer utav en marknadsföringskanal än ett ärligt och utförligt informationsdokument anser vi äventyrar en av hållbarhetsredovisningens huvudsakliga funktioner, att göra företagets hållbarhetsarbete transparent, vilket i sin tur även påverkar intressenters möjlighet att använda redovisningen som ett beslutsunderlag. Detta gör således att företag som visar upp både bra och dåliga sidor känner sig väldigt utelämnade, precis som Löf på Atteviks berättade.

”Ja nu har vi varit jätteöppna här och det har vi tyckt ha varit lite läskigt [...] man vill ju inte blotta sin verksamhet för konkurrenterna. Samtidigt så är ju tanken att det här ska vara något större för kan vi få konkurrenterna att också växla upp så är ju det en vinst i sig [...]. För vi måste ju alla hjälpas åt att rädda planeten.” (Löf, Atteviks).

Om redovisningen inte synliggör och speglar nuläget, framtida möjligheter samt risker så väcks frågan huruvida den kan utgöra ett bra och användbart beslutsunderlag.

I och med lagkravet att företag av viss storlek måste hållbarhetsredovisa (PWC 2016) upplever vi att företag tenderar att skriva en rapport och sen inte använda den, vilket bekräftas av representanter från två företag. För Löf har det varit viktigt att rapporten inte blir liggande och agerar hyllvärmare. Vidare uttryckte Affärsstöd 1 att företaget i dagsläget inte har sett användbarheten i rapporten utan den bygger på de tidigare arbetet med hållbarhet som gjorts och att sammanställningen skett på grund av lagkravet. För att öka användbarheten för rapporten anser vi att företag måste samverka med sina intressenter i framställningsprocessen. Något som också Affärsstöd 1 framhäver vid beskrivningen om efterfrågan på rapporten skulle öka kommer innehållet och presentationen ändras, vilket i sin tur skulle leda till att öka användbarheten. Vi tror att samverkan med intressenter kommer medföra att rapporterna blir mer utförliga samt att företag blir mer medvetna om deras brister och förbättringsmöjligheter.

Redovisningens användbarhet spelar också en stor roll när det kommer till beslutsfattande. Vi tror därför att företag behöver göra intressenter delaktiga i redovisningsprocessen för att rapporten ska kunna användas vid beslutsfattande. Vilket understryks av Hsu, Lee och Chao (2013) som menar att redovisningen kan utgöra underlag vid beslut om rätt information presenteras. Ett sätt för företag att ta reda på vad som är att betrakta som rätt information är enligt oss att samverka med intressenterna. Det finns olika kundgrupper som använder hållbarhetsarbetet som beslutsunderlag, vilket beskrivs av Affärsstöd 2 som menar att kunder vänder sig till konkurrenter om de inte är tillfreds med företagets hållbarhetsarbete. I framtiden spår dock Affärsstöd 2 att rapporten kommer efterfrågas av framför allt offentlig verksamhet och statliga myndigheter och användas vid exempelvis uppköp. Vidare anser vi att det även är rimligt att anta att kunderna vid beslutsfattande kommer att utgå från den information om

hållbarhetsarbetet som presenteras i rapporten, när denna intressentgrupp har uppmärksammat rapportens existens.

5.4 Hållbarhetsrapportens utformning – *Hur?*

Avsaknaden av tydliga instruktioner och en lagstadgad samling av riktlinjer för hur redovisningen av hållbarhet ska ske, tror vi utgör anledningen till att företags hållbarhetsredovisningar är så olika varandra. Hälften av företagen har valt att upprätta sina redovisningar med Agenda 2030 som utgångspunkt, eftersom klimatmålen tydligt kan relateras till de respektive verksamheterna. Övriga företag har upprättat sina redovisningar enligt GRI eller utifrån FSSDs åtta hållbarhetsprinciper. Växjö Energi, som är det enda företaget som innan införandet av lagkravet har hållbarhetsredovisat, har gått från att inspireras av till att helt utgå från GRIs riktlinjer. Även Atteviks övervägde att redovisa enligt GRI men fann riktlinjerna för omfattande och komplicerade för sin, i förhållandevis, lilla och lokala verksamhet. Vi tolkar det som att valet av redovisningsmetod beror på vem som ansvarar för redovisningen och vilken metod denne anser har tydligast koppling till företagets verksamhet. Vidare tror vi även att hållbarhetsredovisningens ambitionsnivå och erfarenheten av att upprätta denna rapport spelar in i valet av metod. Bristande kunskap och osäkerhet anser vi leder till att företag som upprättar redovisningen för första gången ifrågasätter dess syfte. I ett försök att göra framställningen av den första redovisningen enkel har majoriteten av företagen gjort en nulägesanalys och utgått från samt sammanställt redan befintligt material gällande deras hållbarhetsarbete.

En ytterligare sak som avsaknaden av enhetliga riktlinjer påverkar är jämförbarheten. Det bekräftas av Affärsstöd 2 som tror att nästa års hållbarhetsrapport kommer se helt annorlunda ut, vilket således kommer försvåra jämförelsen av rapporterna. Om det funnits tydliga och enhetliga riktlinjer för upprättandet av hållbarhetsredovisningen hade jämförbarheten ökat mellan åren både inom de egna företaget och i jämförelse med andra företag. Att rapporten ska utformas på liknande sätt varje år, understryks av GRI (2016) som beskriver att när rapporteringen är konsekvent ökar jämförbarheten mellan olika tidpunkter.

Samtliga företag understryker att kunder förväntar sig att företaget arbetar hållbarhet och Affärsstöd 2 poängterar dessutom att om företaget inte uppfyller förväntningarna kommer

kunderna gå till en konkurrent. Genom att kommunicera sitt hållbarhetsarbete i en rapport som bygger på interna analyser använder företagen en envägs-kommunikation, för att upplysa intressenter om det hållbarhetsarbete som görs. Kommunikationen kan ses som ett sätt för företagen att få kunderna att fortsätta stödja verksamheten, vilket enligt Morsing och Schultz (2006) innebär att företagen använder sig av Stakeholder information strategy.

Växjö Energi använder flera olika metoder för att skapa en delaktighet med sina intressenter, vilket kan liknas vid användning av Stakeholder involvement strategy enligt Morsing och Schultz (2006) beskrivning. Det kan således ses som en tvåvägs-kommunikation, där både intressenter och företag påverkar varandra. Intressenterna kan påverka företaget genom att ta tillvara på möjligheten att framföra sin åsikt, om exempelvis vilka hållbarhetsfrågor som är viktiga att prioritera. Genom redovisningen är det möjligt för företag att för intressenterna presentera det arbete som genomförs samt uppvisa medvetenhet kring förbättringsmöjligheter och risker. Det blir således en ömsesidig relation där parterna influerar och influeras av varandra. Atteviks använder sig också av Stakeholder involvement strategy eftersom medarbetare i verksamheten samt på ledningsnivå har varit delaktiga i framställningsprocessen av hållbarhetsredovisningen. Löf beskriver också att möten med kunder som efterfrågat rapporten är inplanerade vilket kan ses som att företaget utvecklar sitt arbete med samverkan av intressenter ytterligare.

Tre av fyra företag har valt att presentera hållbarhetsredovisningen i en separat rapport, medan ett av företagen har den integrerad i årsredovisningen. Anledningen till en separat rapport beror enligt de tre företagen på att redovisningen blir mer lättåtkomlig för intressenter, vilket företagen ser som ett sätt att få fler att läsa rapporten. Samtliga företag kommunicerar rapporten till kunder via hemsidan och via intranätet får medarbetare kännedom om den. Karlsson beskriver också att kommunikationen skiljer sig åt beroende på vilka som de riktar rapporten mot. Till exempel får myndigheter den presenterad genom en formell rapport, medan kunder och medarbetare får tillgång till informationen via sociala medier, hemsida och intranät. Att besluta hur rapporten ska presenteras utgörs av det fjärde beslutet som beskrivs av Deegan och Unerman (2011) och genom att välja olika kanaler tror vi bidrar till att fler får kännedom om innehållets existens och det arbetet företaget gör. Däremot riskerar själva hållbarhetsredovisningen i formen av en sammanställd rapport att gå förbi flera intressentgrupper. Det innebär att

hållbarhetsredovisningen inte uppfyller ett av sina huvudsakliga syften, vilket enligt samtliga redovisningsmetoder, GRI, Agenda 2030 samt FSSD, är att kommunicera information om företagets hållbarhetsarbete till deras intressenter. Konsekvensen av det blir således att företaget inte utnyttjar rapporten och det arbete som lagts ner i framställningsprocessen. Enligt oss väcks frågan om lagkravet utgör tillräckligt starkt motiv till att upprätta en hållbarhetsredovisning om företagen sedan inte utnyttjar den utan väljer att kommunicera innehållet till sina intressenter via andra kanaler. Kommunieras hållbarhetsarbetet genom andra kanaler tror vi att företagen på ett mer fritt sätt kan styra över vilken information som presenteras och således motarbeta transparensen, vilket även påverkar intressenternas möjlighet att använda informationen som beslutsunderlag.

6 Slutsats

I det sjätte kapitlet besvaras vår forskningsfråga genom att beskriva i vilken utsträckning företag samverkar med intressenter. Vi kommer dra slutsatser utifrån föregående kapitelns diskussion samt vår analysmodell, figur 3.3. Vi har också gett förslag för intressanta ansatser att genomföra vidare forskning kring.

6.1 Hållbarhetsredovisningens framställningsprocess

Vår studie visar att det huvudsakliga *motivet bakom* de tillfrågade företagens upprättande av hållbarhetsredovisning är det lagkrav som införts från och med räkenskapsår 2017. Företagen har en positiv inställning till införandet av lagen om hållbarhetsredovisning och ser det som motivering till att utveckla sin rapporteringen av hållbarhet. Samtliga företag har innan införandet av lagen haft ett stort hållbarhetsfokus och redovisat information om hållbarhetsarbetet men inte i en samlad rapport, vilket vi ser som en anledning till att företagen upplever en samlad hållbarhetsredovisning som en naturlig utveckling av sin rapportering. Det är viktigt att klargöra motiven till att hållbarhetsredovisa eftersom det påverkar målgruppen av redovisningen och vilken information som är väsentlig. Utöver lagkravet har inte företagen i någon vidare mening reflekterat över ytterligare motiv till att redovisa, därav är det sannolikt att inget av företagen vi studerat hade upprättat en hållbarhetsredovisning för år 2017 utan lagkravet som drivkraft.

Målgruppen för hållbarhetsredovisningen avgör vilken information som är väsentlig att redovisa. Bland företagen vi studerat har kunder, medarbetare, myndigheter, ägare och leverantörer identifierats som de viktigaste intressentgrupperna för företag i bil- och energibranschen. Det innebär att det är viktigt för företag att utgå från såväl externa som interna intressenter vid utformningen av redovisningen. Även om studerade företag har identifierat intressenter för redovisningen så har ingen primär målgrupp identifierats utifrån motiveringen att ingen intressent är viktigare än någon annan, istället görs försök att tilltala alla identifierade intressenter. Att försöka tillgodose samtliga intressenters behov tror vi på sikt försämrar redovisningens användbarhet, eftersom redovisningen då behöver innehålla mycket information och då riskerar att bli spretig. Därför bör företag

bestämma en primär målgrupp av intressenter för hållbarhetsredovisningen för att kunna tillgodose intressenternas informationsbehov och öka redovisningens användbarhet.

Hållbarhetsredovisningen bör innehålla *väsentlig information* som efterfrågas av företagets identifierade målgrupp för redovisningen. Av studien framgår det att företagen vi har studerat tillämpar en intern väsentlighetsanalys för att avgöra vad redovisningen ska innehålla, med ett undantag där även en extern väsentlighetsanalys ligger till grund för den information som presenteras. Företagen har en viss tendens att enbart beskriva sin syn av verksamheten samt hållbarhetsarbetet och missar att beskriva externa intressenters syn, trots att företagen har både interna och externa intressenter. Detta påverkar framförallt de externa intressenternas användbarhet av redovisningen vid beslutsfattande, eftersom redovisningens innehåll har baserats på det som företagen tycker är väsentligt att redovisa. Vår studie visar att det är viktigt att se till både interna och externa intressenter vid avgörandet av vad som är väsentligt att rapportera, för att redovisningen ska vara användbar och inte enbart bli en hyllvärmare eller utnyttjas av företagen som ett verktyg för marknadsföring av hållbarhetsarbetets positiva aspekter.

Avsaknaden av normativa riktlinjer gör att företag *upprättar hållbarhetsredovisningar* utifrån flertalet olika metoder. Utifrån vår studie framgår det att företag som upprättar en hållbarhetsredovisning för första gången tenderar att fastna för mycket i tankarna kring hur rapporten ska sammanställas och utformas, istället för att låta motiven till redovisningen, målgruppen samt vilken information målgruppen efterfrågar forma rapporten. Rapporternas olikheter försvårar jämförbarheten, eftersom dels omfattningen av rapporteringen av hållbarhetsarbetet varierar och dels att det presenteras på så skilda sätt. När företagen fastnar för mycket i frågan kring hur redovisningen ska ske missar de att samverka med sina intressenter, framför allt de externa. Externa intressenter efterfrågar inte redovisningen, vilket leder till att företagen inte heller tar steget mot att samverka. Att externa intressenter inte efterfrågar redovisningen, kan i dagsläget bero på att andra mer uppmärksammade lagförändringar som GDPR träder i kraft samtidigt. Den osäkerhet företagen upplever kring upprättande av redovisningen bidrar också till att de i dagsläget inte samverkar med intressenterna. Osäkerheten hos företagen i studien grundar sig till stor del på bristande erfarenhet av hållbarhetsredovisning och en ovilja att gå utanför sin bekvämlighetszon och uttrycks genom företagens vilja att studera andra företags hållbarhetsredovisningar för att kunna ta lärdom inför framtida redovisning.

6.2 Studiens praktiska implikationer

Hållbarhetsredovisning utgör ett verktyg för att upprätthålla legitimitetsteorins sociala kontrakt mellan företag och samhället i ett allt mer hållbarhetsfokuserat samhälle (Deegan 2002). För bil- och energibranschen som har stor miljöpåverkan kan redovisningen utgöra en viktig informationskanal för att skapa legitimitet, vilket ställer krav på att informationen som redovisas är transparent och användbar. För att informationen ska bli transparent och användbar tyder studiens resultat på att företag bör ha klara motiv till varför en hållbarhetsredovisning upprättas. Vidare är det även viktigt att se till såväl en intern som extern väsentlighetsanalys för att redovisningen ska vara användbar för både interna och externa intressenter. Hållbarhetsredovisningen ska utgöra något större än ett verktyg för intern uppföljning av företags hållbarhetsarbete. Redovisningen ska fungera som underlag vid beslut och synliggöra såväl starka som bristande sidor av hållbarhetsarbetet. För att redovisningen ska innehålla väsentlig information och vara användbar krävs det att företaget identifierar och för en dialog med intressenterna som utgör målgrupp för redovisningen. Studiens resultat belyser vikten för företag att reflektera över Deegan och Unermans (2011) fyra beslut vid framställningen av redovisningen för att göra den användbar i kommunikationen mellan företag och intressenter. Vidare handlar det om att utnyttja arbetet och tiden som faktiskt läggs ner i redovisningen till något större än att enbart uppfylla lagen om hållbarhetsredovisning.

6.3 Förslag till fortsatt forskning

Företagen i vår studie har hållbarhetsredovisat för första gången, därför skulle det vara intressant att genomföra en liknande studie om några år när företag har hållbarhetsredovisat några år och således känner sig mer bekväma med utformningen av rapporten. Vårt fokus i uppsatsen har varit att ur ett företagsperspektiv beskriva företagens samverkan med intressenterna, därför skulle det vara intressant att genomföra en studie som också belyser intressenternas syn på samverkan med företagen. Detta eftersom vår studie visar att företagen brister i att samverka med intressenterna, vilket vi tror är ett måste för att skapa en användbar redovisning för såväl företag som intressenter. Vidare skulle även en kvantitativ studie kunna resultera i ett resultat som är mer generaliserbart, vilket skulle kunna ge en bättre överblick över intressenternas betydelse i hållbarhetsredovisningens framställningsprocess.

Referenser

Abrahamsson. L & Tover. S. (2017). *Hållbarhetsredovisning. En undersökning av hur lag (2016:947) om ändring i årsredovisningslagen (1995:1554) påverkar stora företag*. Halmstad: Högskolan i Halmstad. Tillgänglig på Internet:

<https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1110204/FULLTEXT01.pdf>

Alestig, P. (2015) *Svenskt Näringsliv rasar mot regeringens hållbarhetslag*. Svenska Dagbladet.

<https://www.svd.se/svenskt-naringsliv-rasar-mot-regeringens-hallbarhetslag> . Hämtad 20180402

Amran. A & Say Keat. O. (2014) *Sustainability reporting: meeting stakeholder demands*. Strategic Direction, Vol. 30 Issue: 7, pp.38-41,

<https://doi.org/10.1108/SD-03-2014-0035>

Anthony. R. N, Govindarajan. V, Hartmann. F. G. H, Kraus. K & Nilsson. G (red.). (2014). *Management control systems*. 1. European ed. Maidenhead, Berkshire: McGraw-Hill Education

Arvidsson. S. (2017). *Hållbarhetsrapportering i de största bolagen. Trender och tendenser*. Balans.

<https://www.tidningenbalans.se/wp-content/uploads/2017/05/Hallbarhet-i-de-storsta-bolagen-trender-och-tendenser.pdf>

Atteviks. (u.å. a) *Om Atteviks*. Hämtad 20180509.

<https://atteviks.teamtailor.com/>

Atteviks. (u.å. b) *Vårt arv och Atteviks i dag*. Hämtad 20180509.

<https://www.atteviks.se/Om-Atteviks/>

Atteviks. (u.å. c). *Hållbarhetsrapport för Atteviks Bil AB år 2017*. Hämtad 20180516.

https://www.atteviks.se/Documents/Allm%C3%A4nt/Hallbarhetsarbete/Atteviks_Ha%CC%8Allbarhetsrapport_2017.pdf

Ax. C & Kullvén. H. (2016). *Den nya ekonomistyrningen, Ekonomistyrning och hållbar utveckling, Ett extra kapitel till faktaboken*. 5 uppl. Stockholm: Liber.

Barkland. M. & Ljungberg. M. (2010). *Konsten att hållbarhetsredovisa. Vägledning för kommunikation och utveckling av hållbarhetsarbetet*. Stockholm: SIS förlag.

Björklund. M. & Paulsson. U. (2014). *Academic papers and theses: to write and present and to act as an opponent*. 1. ed. Lund: Studentlitteratur.

Broman. G.I. & Robért. K-H. (2015). *A framework for strategic sustainable development*. Karlskrona: Blekinge Tekniska Högskola. Tillgänglig på Internet:
https://ac.els-cdn.com/S0959652615015930/1-s2.0-S0959652615015930-main.pdf?_tid=2b42d8d9-a707-4ac0-b243-bae031a7e2ec&acdnat=1526493175_217a890336afa8b1cd34e44456e103a0

Bryman. A. & Bell. E. (2013). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. 2 uppl. Stockholm: Liber.

Björklund. M. & Paulsson. U. (2014). *Academic papers and theses: to write and present and to act as an opponent*. 1. ed. Lund: Studentlitteratur.

Bryman. A. & Bell. E. (2013). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. 2 uppl. Stockholm: Liber

Carlsson Ingdahl. T & Pålsson. B. (2015). *Redovisningens roll för hållbar utveckling*. Borås: Högskolan i Borås. Tillgänglig på Internet:
<http://hb.diva-portal.org/smash/get/diva2:877928/FULLTEXT01.pdf>

Clarkson, M. B. E. (1995). *A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance*. *Academy of Management Review*, vol. 20 nr 1, s.92-117. Tillgänglig på Internet:
<http://www.jstor.org/stable/pdf/258888.pdf?refreqid=excelsior:1f7d016e2c4564f22c4d22e48e753b13>

Cooper. S. (2004). *Corporate social performance: a stakeholder approach*. Burlington, VT: Ashgate

Corbin. Juliet M. & Strauss. Anselm L. (2015). *Basics of qualitative research: techniques and procedures for developing grounded theory*. 4th edition Los Angeles: SAGE

Deegan. C. (2002). "Introduction: The legitimising effect of social and environmental disclosures – a theoretical foundation". *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 15 Issue: 3, pp.282-311. Tillgänglig på Internet: <https://www-emeraldinsight-com.proxy.lnu.se/doi/pdfplus/10.1108/09513570210435852>

Dowling. J and Pfeffer. J. (1975). "Organizational legitimacy: social values and organizational behavior". *The Pacific Sociological Review*, Vol. 18 No. 1, pp. 122-136. Tillgänglig på Internet: http://www.jstor.org/stable/1388226?seq=1#page_scan_tab_contents

Elkington. J. (1998) "ACCOUNTING FOR THE TRIPLE BOTTOM LINE". *Measuring Business Excellence*. Vol. 2 Issue: 3, pp.18-22. Tillgänglig på Internet: <https://doi.org/10.1108/eb025539>

FN (u.å.). *Vi gör*. Hämtad 20180507. <https://fn.se/vi-gor/utveckling-och-fattigdomsbekampning/agenda-2030/>

Freeman. R. E. (2010[1984]). *Strategic management: a stakeholder approach*. S.25 Cambridge: Cambridge University Press.

Frostenson. M, Helin. S & Sandström. J. (2010). *CSR – från webben till butiken: Etiska stödstrukturer för arbetstagare inom handeln*. Rapport 2010-7. Stockholm: Handelsn utvecklingsråd. Handelsn Utvecklingsråd. Tillgänglig på Internet: <http://handelsradet.se/wp-content/uploads/2016/01/2010-7-CSR-fran-webben-till-butiken.pdf>

Frostenson. M, Helin. S & Sandström. J. (2012). The internal significance of codes of conduct in retail companies. *Business ethics: A European Review*, 21(3). s. 263-275.

Tillgänglig på Internet:

<https://onlinelibrary-wiley-com.proxy.lnu.se/doi/epdf/10.1111/j.1467-8608.2012.01657.x>

Frostenson. M, Helin. S & Sandström J. (2013). *Hållbarhetsredovisning i svensk detaljhandel. Roll, relevans och nytta*. Handelns utvecklingsråd. Tillgänglig på Internet:

<https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:994985/FULLTEXT01.pdf>

Frostenson. M, Helin. S & Sandström. J. (2015). *Hållbarhetsredovisning. Grunder, praktik och funktion*. 2 uppl. Stockholm: Liber.

Gorenflo. G & Moran. J.W. (2010). *The ABCs of PDCA*. Hämtad: 20180517.

Tillgänglig på Internet:

http://www.phf.org/resourcestools/Documents/ABCs_of_PDCA.pdf

Globala målen (u.å. a). *Mål 12: Hållbar konsumtion och produktion*. Hämtad 20180511.

<http://www.globalamalen.se/om-globala-malen/mal-12-hallbar-konsumtion-och-produktion/>

Globala målen (u.å. b). *Mål 1: Ingen fattigdom*. Hämtad 20180515.

<http://www.globalamalen.se/om-globala-malen/mal-1-utrota-fattigdom/>

Globala målen (u.å. c). *Mål 2: Ingen hunger*. Hämtad 20180515.

<http://www.globalamalen.se/om-globala-malen/mal-2-utrota-hunger/>

Globala målen (u.å. d). *Mål 3: Hälsa och välbefinnande*. Hämtad 20180514.

<http://www.globalamalen.se/om-globala-malen/mal-3-sakerstalla-god-halsa/>

Globala målen (u.å. e). *Mål 4: God utbildning för alla*. Hämtad 20180515.

<http://www.globalamalen.se/om-globala-malen/mal-4-sakerstalla-god-undervisning/>

Globala målen (u.å. f). *Mål 5: Jämställdhet*. Hämtad 20180515.

<http://www.globalamalen.se/om-globala-malen/mal-5-uppna-jamstalldhet/>

Globala målen (u.å. g). *Mål 6: Rent vatten och sanitet*. Hämtad 20180515.

<http://www.globalamalen.se/om-globala-malen/mal-6-tillgang-till-rent-vatten-och-sanitet/>

Globala målen (u.å. h). *Mål 7: Hållbar energi för alla*. Hämtad 20180514.

<http://www.globalamalen.se/om-globala-malen/mal-7-sakerstalla-hallbar-energi/>

Globala målen (u.å. i). *Mål 8: Anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt*. Hämtad 20180514. <http://www.globalamalen.se/om-globala-malen/mal-8-goda-arbeten-och-ekonomisk-tillvaxt/>

Globala målen (u.å. j). *Mål 9: Hållbar industri, innovationer och infrastruktur*. Hämtad 2018015. <http://www.globalamalen.se/om-globala-malen/mal-9-framja-innovation-och-god-infrastruktur/>

Globala målen (u.å. k). *Mål 10: Minskad ojämlikhet*. Hämtad 2018015.

<http://www.globalamalen.se/om-globala-malen/mal-10-minskad-ojamlikhet-inom-och-mellan-lander/>

Globala målen (u.å. l). *Mål 11: Hållbara städer och samhällen*. Hämtad 20180514.

<http://www.globalamalen.se/om-globala-malen/mal-11-hallbara-stader-och-samhallen/>

Globala målen (u.å. m). *Mål 12: Hållbar konsumtion och produktion*. Hämtad

20180514. <http://www.globalamalen.se/om-globala-malen/mal-12-hallbar-konsumtion-och-produktion/>

Globala målen (u.å. n). *Mål 13: Bekämpa klimatförändringen*. Hämtad 20180514.

<http://www.globalamalen.se/om-globala-malen/mal-13-bekampa-klimatforandringarna/>

Globala målen (u.å. o). *Mål 14: Hav och marina resurser*. Hämtad 20180514.

<http://www.globalamalen.se/om-globala-malen/mal-14-hallbart-nyttja-hav-och-marina-system/>

Globala målen (u.å. p). *Mål 15: Ekosystem och biologisk mångfald*. Hämtad 20180515.
<http://www.globalamalen.se/om-globala-malen/mal-15-hallbart-nyttja-ekosystem-pa-land/>

Globala målen (u.å. q). *Mål 16: Fredliga och inkluderande samhällen*. Hämtad 20180515.
<http://www.globalamalen.se/om-globala-malen/mal-16-fred-rattvisa-och-starka-institutioner/>

Globala målen (u.å. r). *Mål 17: Genomförande och globalt partnerskap*. Hämtad 20180515. <http://www.globalamalen.se/om-globala-malen/mal-17-globalt-partnerskap-for-hallbar-utveckling/>

Greenwood. M. (2007). *Stakeholder Engagement: Beyond the Myth of Corporate Responsibility*. Journal of Business Ethics. Tillgänglig på Internet:
<https://link-springer-com.proxy.lnu.se/content/pdf/10.1007%2Fs10551-007-9509-y.pdf>

GRI (2000-2006). *Riktlinjer för hållbarhetsredovisning, svensk version*.
<https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/GRI-G3-Swedish-Reporting-Guidelines.pdf>

GRI (2016). *GRI 101: Foundation 2016*.
Tillgänglig på Internet: <https://www.globalreporting.org/standards/gri-standards-download-center/?g=8d5e59d6-852b-4d4a-987d-a326391e9d27>

GRI. (u.å. a). *About GRI*. Hämtad 20180328.
<https://www.globalreporting.org/information/about-gri/Pages/default.aspx>

GRI. (u.å. b). *GRI's Contribution to Sustainable Development*. Hämtad 20180507.
Tillgänglig på Internet:
[https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/GRI%27s%20Contribution%20to%20Sustainable%20Development%202016-2020%20\(2\).pdf](https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/GRI%27s%20Contribution%20to%20Sustainable%20Development%202016-2020%20(2).pdf)

Gummesson. E. (2000). *Qualitative Methods in Management Research*. 2 uppl. Thousand Oaks, California: Sage.

Henriques. A & Richardson. J. (red.) (2004). *The triple bottom line, does it all add up? [Elektronisk resurs] assessing the sustainability of business and CSR*. London: Earthscan

Herremans. I, Nazari. J & Mahmoudian. F. (2016). *Stakeholder relationships, Engagement and Sustainability Reporting*. *J Bus Ethics* 138:417–435
Tillgänglig på Internet: <https://link-springer-com.proxy.lnu.se/content/pdf/10.1007%2Fs10551-015-2634-0.pdf>

Hopwood. A, Unerman. J & Fries. J. (red.). (2010). *Accounting for sustainability: practical insights*. London: Earthscan.

Hsu. C-W, Lee. W-H & Chao. W-C. (2013). *Materiality analysis model in sustainability reporting: a case study at Lite-On Technology Corporation*. *Journal of Cleaner Production*. Vol.57, pp.142-151.
Tillgänglig på internet: https://ac-els-cdn-com.proxy.lnu.se/S0959652613003788/1-s2.0-S0959652613003788-main.pdf?_tid=02e849b0-ddff-43bf-bda4-00ad939caf1a&acdnat=1524047021_0e549e0f61106f2cd391a76e94cfd711

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

Kalmar Energi (u.å). *Om oss*. Hämtad 20180508.
<https://kalmarenergi.se/om-oss/>

Kalmar Energi (2018). *Hållbarhetsrapport Kalmar Energi Värme AB*.

Liljas Bil. (u.å a). *Om Liljas Bil*. Hämtad 20180507.
<http://www.liljasbil.se/om-liljas-bil>

Liljas Bil. (u.å b) *Hållbarhetsredovisning*. Hämtad 20180507.
<http://www.liljasbil.se/om-liljas-bil/hallbarhetsredovisning>

Ljungdahl, F. (1999). *Utveckling av miljöredovisning i svenska börsbolag: praxis, begrepp, orsaker*. Diss. Lund: Univ.

Meng, J. (2015). *Sustainability: A Framework of Typology Based on Efficiency and Effectiveness*. *Journal of Macromarketing* 2015. Vol. 35(1) 84-9. Tillgänglig på Internet: <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0276146714541128>

Mielke, J, Vermaßen, H & Ellenbeck, S. (2017). *Ideals, practices, and future prospects of stakeholder involvement in sustainability science*. Global Climate Forum. Berlin. Tillgänglig på Internet: <http://www.pnas.org/content/pnas/114/50/E10648.full.pdf>

Mitchell, R.K, Agle, B.R & Wood, D.J. (1997). *Toward a theory of stakeholder identification and salience: defining the principle of who and what really counts*. *Academy of Management Review* 1997, Vol. 22, No. 4, 853-886. Tillgänglig på Internet: <http://web.a.ebscohost.com.proxy.lnu.se/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=f7262788-2e3f-473d-83b7-d51a3380ab1c%40sessionmgr4006>

Morsing, M & Schultz, M. (2006). *Corporate social responsibility communication: stakeholder information, response and involvement strategies*. *Business Ethics: A European Review*. Vol. 15. (4). pp. 325-328. Tillgänglig på Internet: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/j.1467-8608.2006.00460.x>

Ne. (u.å). *Hållbar utveckling*. Hämtad 20180428. <https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/enkel/h%C3%A5llbar-utveckling>

Nilsson, F & Olve, N-G (red.). (2013). *Controllerhandboken*. 10., [rev.] uppl. Stockholm: Liber.

O`Riordan, L & Fairbrass, J. (2014). *Managing CSR Stakeholder Engagement: A New Conceptual Framework*. *Journal of Business Ethics*. Tillgänglig på Internet: <https://link-springer-com.proxy.lnu.se/article/10.1007%2Fs10551-013-1913-x>

Peloza, J, Loock, M, Cerruti, J & Muyot, M. (2012). *Sustainability: how stakeholder perceptions differ from corporate reality*. Vol. 55. NO.1. University of California, Berkely. Tillgänglig på Internet:

<http://journals.sagepub.com.proxy.lnu.se/doi/pdf/10.1525/cmr.2012.55.1.74>

PWC (2016). *Lagstadgad hållbarhetsrapport från 2017*. Hämtad 20180329.

<https://www.pwc.se/sv/publikationer/finansuell-rapportering/lagstadgad-hallbarhetsrapport-fran-2017.html> Senast uppdaterad 2016-12-15.

Regeringen. (u.å). *Att förändra vår värld: Agenda 2030 för hållbar utveckling*.

Stockholm: Regeringskansliet.

<http://www.regeringen.se/48e36d/contentassets/a69f085ada12410989115a1ff64be6d8/att-forandra-var-varld-agenda-2030-for-hallbar-utveckling>

Richert, S & Öien, L. (2009). *Debatt: Många företag missar värdet av GRI-redovisningen*. CSR i praktiken. Hämtad 20180403.

<https://csripraktiken.se/2009/06/09/debatt-manga-foretag-missar-vardet-av-gri-redovisningen/>

Rienecker, L. & Jørgensen, P. (2014). *Att skriva en bra uppsats*. 3., omarb. uppl. Lund: Liber.

Svensk Handel (2016). *Ny lag om hållbarhetsredovisning*. Hämtad 20180328.

<http://www.svenskhandel.se/aktuellt-och-opinion/nyheter/2016/ny-lag-om-hallbarhetsredovisning/>

Teorell, J & Svensson, T. (2007). *Att fråga och att svara: samhällsvetenskaplig metod*.

1. uppl. Stockholm: Liber.

Tillväxtverket. (2016). *Hållbart företagande – metod för branschspecifika analyser av företagens hållbarhetsarbete*. Stockholm: Tillväxtverket. Tillgänglig på Internet:

<https://tillvaxtverket.se/download/18.33f2d2211574b50350a6b704/1476269348897/H%C3%A5llbart%20f%C3%B6retagande.pdf>

UNDP. (u.å.). *Globala målen och Vad gör UNDP?* Hämtad 20180507.
<http://www.se.undp.org/>

Växjö Energi. (2018). *Med hållbarhet som drivkraft: Års- och hållbarhetsredovisning 2017*. Tillgänglig på Internet:
http://www.veab.se/globalassets/dokumentarkiv/information/veab_ars-_och_hallbarhetsredovisning_webb.pdf

Växjö Energi. (u.å.) *Om oss – En del av din vardag*. Hämtad 20180509.
<http://www.veab.se/om-oss/>

WCED – World Commission on Environment and Development (1987). *Our common future*. [Nairobi]: [United Nations Environment Programme]. <http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf>

Westermark. C. (2013). *Hållbarhetsredovisning. Teori, standarder och praktisk tillämpning*. 1:1 uppl. Lund: Studentlitteratur.

Yin, Robert K. (2007). *Fallstudier: design och genomförande*. 1. uppl. Malmö: Liber.

Empiriska källor

Affärsstöd 1 och 2 (20180507). Liljas Bil, personlig intervju.

Ahlrot. Julia. (20180516). Chef för strategi och omvärldsrelationer Växjö Energi, mejlintervju.

Karlsson. Anna (20180508). VD Kalmar Energi, mejlintervju.

Löf. Cecilia (20180515). Delägare och projektledare för hållbarhetsredovisningen Atteviks, personlig intervju.

Bilagor

Bilaga 1 Intervjuguide

Kontrollfrågor:

- Vill du vara anonym?
- Går det bra att vi spelar in intervjun?
- Vad är din titel?
- Vilka arbetsuppgifter har du?

Hållbarhetsredovisning:

- Hur länge har ni hållbarhetsredovisat?
- Varför är det viktigt för er att hållbarhetsredovisa?
- Varför har ni valt att hållbarhetsredovisa?
 - Lag/krav från intressenter/ser bra ut/norm.
- I vilken utsträckning använder ni riktlinjer när ni upprättar hållbarhetsredovisningen?
- Vi har förstått att ni presenterar er hållbarhetsredovisning ...
 - I förvaltningsberättelsen, i en egen rapport, integrerad i årsredovisningen.
...Vad är bakgrunden till det?

Intressenter:

- Vilka riktar ni er hållbarhetsredovisning mot?
- Varför är just de här intressenterna viktiga?
 - Är det några av de intressenter som ni nämnt som är extra viktiga?
- Hur går ni till väga för att avgöra vad hållbarhetsredovisningen ska innehålla?
 - Hur avgöra vad som är relevant/väsentligt?

Samverkan:

- Hur ser hållbarhetsredovisningens framställningsprocess ut?
- Upplever ni att era intressenter har krav på hållbarhetsredovisningen och hur får ni kännedom om kraven?
- Tar ni hänsyn till kraven i framställningsprocessen?
 - På vilket sätt tar ni hänsyn till kraven?
 - Har olika grupper av intressenter olika krav och hur hanterar ni det?

Bilaga 2 Information inför intervju

Hej!

Vi kommer under intervjun att anteckna era svar och om ni tillåter spelar vi gärna in intervjun. Den information som ges i intervjun kommer behandlas av oss och användas i vår studie, som sedan kommer att publiceras i databasen DiVA. Syftet med studien är att beskriva hur företag involverar sina intressenter i hållbarhetsredovisningens framställningsprocess.

Nedan presenteras övergripande frågor som vi kommer beröra under intervjun:

- Era motiv till att hållbarhetsredovisa.
- Framställningsprocessen av hållbarhetsredovisningen.
- Målgrupp för hållbarhetsredovisningen.
- Intressenternas krav och värderingar gällande hållbarhet, samt deras påverkan på redovisningens innehåll.

Vi vill även passa på att på förhand tacka för ert deltagande. Vid eventuella frågor tveka inte att kontakta oss på:

Ed222hd@student.lnu.se

Il222fy@student.lnu.se

Med vänliga hälsningar,

Evelina Danielsson & Isabelle Liedholm

Bilaga 3 Förklaring av målen i Agenda 2030

Nr. 1 - Fattigdom

Första målet omfattar alla dimensioner av fattigdom, dels den ekonomiska delen som innefattar att utrota all fattigdom. Samt utbildning, säkerhet, hälsa, frihet omfattas också i målet (Globala målen u.å. b).

Nr. 2 – Ingen hunger

Det andra målet handlar om att säkerställa livsmedelsförsörjning, främja jordbruk som är hållbara för att avskaffa hunger (Globala målen u.å. c).

Nr. 3 – Hälsa och välbefinnande

Det tredje målet syftar till att genom hälso- och sjukvårdssystem investera i hälsa vilket också är en återinvestering i samhällets utvecklingen. Målet innefattar att alla människor ska ha tillgång till hälso- och sjukvård samt nödvändiga saker som mat, vatten, ren luft, sanitet, hygien och läkemedel (Globala målen u.å. d).

Nr. 4 – God utbildning för alla

Mål nummer fyra syftar till alla människors rätt till en inkluderande och jämlik utbildning av god kvalitet (Globala målen u.å. e).

Nr. 5 - Jämställdhet

Mål fem handlar om att lika rättigheter, villkor, möjligheter samt makt att forma sina egna liv och medverka till utveckling i samhället ska gälla för både kvinnor och män (Globala målen u.å. f).

Nr. 6 – Rent vatten och sanitet

Det sjätte målet syftar till att tillgång och hållbar vatten- och sanitetsförvaltning säkerställs (Globala målen u.å. g.).

Nr. 7 – Hållbar energi för alla

Mål nummer sju handlar om att försöka stödja de utmaningar som finns i världen idag såsom fattigdom, klimatförändringar, livsmedelsförsörjning och ekonomisk tillväxt genom att det finns tillgång till förnybar energi och rent bränsle i hela världen (Globala målen u.å. h).

Nr. 8 – Anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt

Det åttonde målet syftar till att främja hållbar utveckling genom att alla människor har sysselsättning med anständiga arbetsvillkor samt att det finns ekonomisk tillväxt och ett gott investeringsklimat (Globala målen u.å. i).

Nr. 9 – Hållbar industri, innovationer och infrastrukturer

Mål nio berör investeringar i infrastrukturen samt göra industrier hållbara, genom effektivare resursförbrukning och tekniker som är miljövänliga (Globala målen u.å. j).

Nr. 10 – Minskad ojämlikhet

Det tionde målet syftar till rättvis fördelning av resurser och möjlighet att påverka samhällsutvecklingen inom länder och mellan länder (Globala målen u.å. k).

Nr. 11 – Hållbara städer och samhälle

Det elfte målet berör behovet av att minska ökade sociala klyftor och påfrestningar på ekosystem samt skapa nya möjligheter för ekonomisk tillväxt i takt med att allt fler människor bosätter sig i städer (Globala målen u.å. l).

Nr. 12 – Hållbar konsumtion och produktion

För att den negativa påverkan på klimat och miljö samt hälsan hos människor så är det av stor vikt att konsumtion och produktion av varor och tjänster är hållbart, vilket tas upp i det tolfte målet (Globala målen u.å. m).

Nr. 13 – Bekämpa klimatförändringen

Mål tretton berör de åtgärder som behövs göras för att minska risken för klimatförändringar och dess konsekvenser (Globala målen u.å. n).

Nr. 14 – Hav och marina resurser

Det fjortonde målet beskriver hur haven och marina resurser ska bevaras och nyttjas på ett hållbart sätt för att främja hållbar utveckling (Globala målen u.å. o).

Nr. 15 – Ekosystem och biologisk mångfald

Det femtonde målet handlar om en långsiktigt hållbar förbrukning av naturresurser och ekosystemtjänster som ett led i bekämpa fattigdom (Globala målen u.å. p).

Nr. 16 – Fredliga och inkluderande samhällen

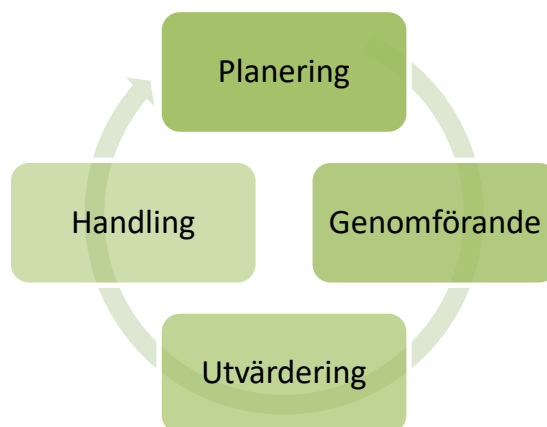
Mål sexton berör att för att uppnå en hållbar utveckling krävs det fredliga samhällen och frihet från våld, konflikt samt hot om våld (Globala målen u.å. q).

Nr. 17 – Genomförande och globalt partnerskap

Mål sjutton beskriver vikten av samarbete mellan alla länder som skrivit under Agenda 2030 att tillsammans möjliggöra för att de globala målen uppnås (Globala målen u.å. r).

Bilaga 4 PDCA-cykeln

PDCA-cykeln är enligt Gorenflo och Moran (2010) en metod som kan användas i kvalitetsförbättringssyfte. Planeringsfasen syftar till att göra en nulägesanalys, för att förstå den nuvarande situationen och kunna utveckla en handlingsplaner. Den framtagna handlingsplanen implementeras sedan i genomförandefasen. Utvärderingsfasen syftar till att analysera och utvärdera effekterna av genomförandet. Den avslutande handlingsfasen innebär ett ställningstagande till de analyserade effekterna och handlar om huruvida resultaten är tillfredsställande så att detta arbetet ska fortsätta eller om en ny planeringsfas behöver inledas (Ibid). Figur 1 illustrerar PDCA-cykeln olika faser.



Figur 1: Egen bearbetning av Gorenflo och Morans (2010) PDCA-cykel.