

CSR RAPPORTERING AV ORGANISATIONS SKANDALER

EN KVALITATIV INNEHÅLLSANALYS AV
FÖRETAGENS HÅLLBARHETSRAPPORTERING
FÖRE OCH EFTER EN SKANDAL

Examensarbete -
Kandidat Företagsekonomi
Name: Liibaan Ali
Name: Faizan Shaikh

VT2020KF39

Svensk titel: CSR rapportering av organisations skandaler. En kvalitativ innehållsanalys av företagens hållbarhetsrapportering före och efter en skandal

Engelsk titel: CSR reporting of an organization's scandals. A qualitative content analysis of company's sustainability reporting before and after a scandal

Utgivningsår: 2020

Författare: Liibaan Ali & Faizan Shaikh

Handledare: Christina Mauleon

Abstract

The main subject in this research study is to try to understand the link between legitimacy upholding and CSR reporting, which in this case is sustainability reporting. In this research study we examine how companies' legitimacy can be damaged by a scandal. This essay takes a closer look at 8 companies that have been through a scandal and this study aims to evaluate how and why they try to re-legitimize themselves after a scandal has happened. The study uses a qualitative content analysis where we have examined companies' sustainability reports as a basis. We codified the sustainability reports are searched for underlying themes through an abductive analysis that could be used for evaluation. Our results suggest that organizations aim move from a symbolic to a substantial management style after a scandal with a concentration being on stakeholder appeals. Responsibility for the scandal can also deviate depending how big the scandals are as per our results. Our results are however highly anecdotal yet they provide a base for further research. Our results had been analyzed with the help of legitimacy theory, CSR in theory and stakeholder theory.

Huvudämnet i den här forskningsstudien är kopplingen mellan upprätthållandet legitimering av CSR och hållbarhetsredovisningen. I den här forskning studien undersöks hur företagens legitimitet kan skadas av en skandal. Uppsatsen tar en noggrannare titt på 8 företag som har varit med om en skandal och undersöker om och hur de försöker legitimera sig själv före och efter en skandal. Studien är skriven utifrån en kvalitativ innehållsanalys där vi har undersökt och använt företagets hållbarhetsredovisning som underlag till vårt studie i de här fallet. Vi har kodifierat hållbarhetsrapporterna där vi har sökt efter underliggande teman genom en abduktiv analys. Vårt resultat tyder på att organisationer siktar för att likna efter en substantiell managementstil efter en skandal, där fokus har varit att försöka tillfredsställa intressenterna. Ansvar över skandalen avviker beroende på hur stor skandalen är i hänsyn till vårt resultat. Resultatet i vår studie är anekdotisk dock får vi tillhandahålla en bas för vidare forskning gällande det här området. Vårt resultat har vi även analyserat med hjälp av teorin som vi har tillhandahållit, legitimitets teorin, CSR i teori och intressentteori.

Keywords: (CSR, Legitimitet teori, Hållbarhetsredovisning, Intressent teori, Substantiell management, Symbolisk management, Skandal, Ceremonial Conformity, Coersive Isomorphism, SLT, ILT)

1.0	Introduktion	-4-
1.1	Bakgrund	-4-
1.2	Problemdiskussion	-5-
1.1.3	Syfte	- 6-
1.1.4	Avgränsning.....	- 6-
2.0	Tidigare forskning.....	- 7-
2.1.	Relationen mellan hållbarhetsredovisning och CSR.....	- 7-
2.2.	Greenwashing skandal inom hållbarhetsredovisning.....	-7-
2.3	CSR rapportering som svar på större flygolyckor, en legitimitet baserad studie.....	-8-
3.0	teori.....	-9-
3.1.1	CSR i teori.....	-9-
3.1.2	Om hållbarhetsredovisning.....	-10-
3.2.0	Legitimitetsteori.....	-11-
3.2.1	Legitimitets cykliska natur.....	-12-
3.3	Intressentteori.....	-13-
4.0	Metod.....	- 14-
4.1.1	Metodansats.....	-14-
4.1.2	Forskningsmetod.	-14-
4.1.3	Datainsamling	-15-
4.1.4	Urval	- 15-
4.2	Kodningsschema och tema.....	-15-
4.3	Analysmetod.....	-17-
4.2.1	Trovärdighet.....	-17-
4.2.2	Metodreflektion.....	-18-
5.0	Empiri.....	-19-
5.1.1	Ikea.....	-19-
5.1.2	H&M.....	-19-
5.1.3	Stora Enso.....	-19-
5.1.4	KappAhl.....	-20-
5.1.5	Volkswagen.....	-20-
5.1.6	BP.....	-21-
5.1.7	Shell.....	-21-
5.1.8	Lindex.....	-21-
6.0	Resultat och analys.....	-23-
7.0	Diskussion.....	-35-
7.1	Symbolisk management v substantiell management.....	- 35-
7.2	Brev till intressenterna	- 35-
7.3	Skandal ansvar.....	- 36-
7.4	Intressent upprätthållande.....	- 36-
7.5	Legitimitets upprätthållande.....	- 37-
7.6	Vikten av eftertänksamhet.....	-37-
8.0	Slutsats och Framtida forskning.....	-38-
	Referenslista.....	- 39-

1.0 Introduktion

Nedre sektionen av det här kapitlet kommer ge en bakgrund i hållbarhetsrapportering i CSR området och motivet till de här ämnet. I vår problemdiskussion som är avgörande för studiens utgångspunkt kommer senare leda oss in i syftet till den här studien.

1.1 Bakgrund

År 2013 inträffade den mest dödliga olyckan i textilindustrin i Bangladesh (Fry 2013). 1100 anställda miste sina liv när en fabrik kollapsade där en stor faktor till olyckan berodde på en dålig byggnadsstruktur och arbetsvillkor. Olyckan ledde till att klädföretag som verkar i dessa låglöneländer och förlitat sig på billig arbetskraft blivit tvungna och omorganisera sin strategi gällande dem arbetsvillkor som finns i produktionsländerna (Fry 2013). Sådana skandaler är återkommande i branscherna, dock behöver organisationer veta hur dem ska ta hand om skadorna som har skett. Detta då det är deras ansvar och försöka bli legitimerade återigen när deras legitimitet har skadats vid ett sådant event. Det här ansvaret kopplas till termen Corporate social responsibility.

Corporate social responsibility är definierad av flera faktorer. I en studie av Moir (2001) "*what do we mean by corporate social responsibility*", beskrivs CSR likgiltig som en guide vars uppgift är och täcka aspekter inom relation mellan anställda, mänskliga rättigheter, företagsetik, samhällsrelationer och miljö rättigheter. I den här studien definierade han den klassiska definitionen utav vad intressenter är och vilken relation dem har till företagen.

"any group or individual who can affect or is affected by the achievement of the organization's objectives" (Freeman 1984, s. 8)

CSR täcker följande inriktningar som.

- Arbetsplats för anställda
- Marknadsplats för kunder och leverantörer
- Miljö
- Samhället
- Etik och mänskliga rättigheter.

Per definition menar Moir (2001) att CSR innebär att företag tar del av dem delar som nämnts ovanför. Detta skulle inkludera förstärkt rykte och relation i samhället med sina interna intressenter, vilket inkluderar dem anställda. CSR är ett fortsatt löfte av företag och bibehålla sin etik och bidra med ekonomisk utveckling samtidigt som företagen förbättrar livet för bland annat de anställda samt samhället som de verkar i, bland annat produktionsländer. Den här studie utvidgar perspektivet att företag behöver ta ett ytterligare steg, detta sker genom att ta hänsyn till lagarna som finns i dessa länder angående minimilönen som dessa produktionsländer har. CSR-rapportering behöver också kommuniceras till sina intressenter och det kan göras med hjälp av en hållbarhetsredovisning (Ibid).

Hållbarhetsredovisningen visar hur företagens sociala ansvar kommuniceras och rapporteras till intressenterna enligt Perez (2014). Detta sker genom kommunikationen där företagen utvecklar initiativen de tar. Han vidareutvecklar detta där fördelarna med ett utvecklat initiativ i hållbarhetsredovisningen är ökad engagemang och ansvar i de sociala förhållandena som finns

i samhället (Perez 2014). Eugenio, Lourenco, Morais och Branco (2015) menar att det under åren förekommit felaktigheter inom företag i form av skandaler, vilket har lett till att organisationer inte betraktas som legitima. Skandaler kan ha en stor inverkan på de anställda och organisationen där det tas upp i ett företags hållbarhetsrapport för och förbättra image samt kunna legitimera sig för att tillfredsställa intressenterna (Ibid).

I studien "Managing Legitimacy, Strategic and institutional approaches", Suchman (1995) visar i sin studie att legitimitet är något som företagen söker efter för flera anledningar. I sin studie skriver han två väsentliga viktiga dimensioner som kopplas till användning av legitimitet och varför dem strävar efter de. Att sträva efter kontinuitet samt sträva efter trovärdighet. Dock nämns det att kontinuitet och trovärdighet stärker både stabiliteten och begripligheten av en organisations aktiviteter men innehåller ingen nytta för företagets beteende. Därmed konstateras det att människor ser legitimiteten hos organisationen på ett differentierad vis och skiljer sig gällande hur legitimitet uppfattas (Ibid).

1.2 Problemdiskussion

I forskningen kring CSR har ett gap upptäckts där det verkar finnas en mer egen tolkning utav CSR, vilka tillvägagångsätt som ska användas vid hantering utav de ämnet. Den ene skaran består av de interna intressenterna som menar att det ska prioriteras en osjälvvisk synvinkel. Den andra skaran består av externa intressenter som menar att det som ska prioriteras är istället en etisk synvinkel. Att vi då har två olika CSR implementeringar med varsin stränga tolkning skapar en osämja där konceptet CSR i stor sannolikhets grad inte kommer fungera i företaget. (Radzi et. al 2018).

Ett tillvägagångsätt och kommunicera CSR begreppet är genom hållbarhetsredovisning. Ferns och Emelianova (2008) problematiserar i sin studie, anledningen till hållbarhetsredovisningen har tagit en större plats i samhället grundar sig i att människorna har vädrat sitt missnöje kring hur företagen handskas med sina produkter och även de anställda. Ferns et. al (2008) menar att de grundar sig i att människorna har börjat ta till sig påverkan på miljön som företagen har och därav lyfter legitimitet som skäl, där interna och externa intressenter har börjat lägga anspråk och kräver transparens kring miljömässiga problem. Vidare förklarar Ferns et al (2008) att en hållbarhetsredovisning som presenteras runt slutet av året varje år är en lösning och visar legitimitet att tillgodose intressenternas behov. Coombs (2007) utvecklar den här teorin ytterligare när han förklarar att företagen försöker stärka sin legitimitet genom användning av strategier för och stoppa negativ bild över företaget och behålla intressenters förtroende. Balaji Chakravarthy (2019) skriver att hållbarhetsrapportering saknar riktmärken även med införandet av Global Reporting Initiative (GRI) som försöker standardisera och förbättra hållbarhetsrapporteringen. Bristen på genomskinlighet är något som benämns där det inte finns en sorts transparens i företaget vilket i stort sett kan leda till att det blir en viktig problem för hållbarhetsrapportering eftersom företag exempelvis kan rapportera om det förekommer högt samhällsengagemang, men effektiviteten i dessa operationer behandlas inte i lika stor grad eller att det benämns. Även externa revisorer kan bara granska hur mycket som investeras i verksamheten, men inte dess effektivitet i hur det kan mätas (Chakravarthy, 2019).

Deegan (2002) förklarar i sin studie att önskan om årsrapporter från organisationen utgår ifrån önskan att legitimera organisations verksamheten. Företagen står inför en krissituation när deras värderingar krockar med vad dem gör. Det här strider då mot deras värderingar när de

utför en handling som betraktas som ansvarslöst där intressenterna vänder ryggen till dem. Där måste då företagen ta hänsyn till att de värden som presenteras kanske inte är deras faktiska värden. Deegan (2002) menar att företagets rykte och legitimitet ifrågasätts vilken skapar en negativ kultur om företagets bristande agerande. För att motverka bristen på handlingar i företagen uppger Suchman (1995) att ett företag kan sträva efter legitimitet genom att rikta uppmärksamhet på trovärdighet som en strategi genom att fokusera på aktiv stöd som stärker ett företags aktiviteter vid en krissituation. Vidare förklarar Deegan (2002) problemet som uppstår i CSR-rapporter är att företagen saknar kunskap och medvetenhet om de sociala och miljömässiga arbetet som bedrivs. Suchman (1995) menar att de är ett väl dokumenterat område inom industrier där det verkar finnas misstanke gentemot företagets motiv rörande legitimiteten av CSR-rapporteringen.

1.3 Syfte

Studiens syfte är att undersöka hur en skandal som är kopplad till CSR området påverkar hållbarhetsredovisningen. Resultatet av vår studie kommer framställa hur företagen väljer och redovisa sin hållbarhetsredovisning för och legitimera sig efter en skandal.

Frågeställning

- Vilka tillvägagångsätt fram förhåller företagen från hållbarhetsrapporteringen året innan en skandal och året efter en skandal?

1.4 Avgränsning

Forskningsämnet som vi har tagit del belyser hur företag kan upprätthålla sin legitimitet vid en skandal. Därför har vi valt och avgränsa oss till endast vår frågeställning och utgå ifrån industrier som har tagit del av skandaler som verkar inom CSR områden sociala miljömässiga förhållanden. Vi valde och inte ta med finansiella skandaler till denna studien.

2.0 Tidigare forskning

2.1 Relationen mellan hållbarhetsredovisningen och CSR.

För att en organisation ska uppfattas som en värdefull tillgång till samhället skriver forskarna Rajul, Winner, Lawrence (2016) att företag behöver se hållbarhet som ett framgångsrikt recept för företagsansvar. Författaren menar att tillvägagångssättet till de här företagsansvaret går ut på att som företag skapa ett ömsesidigt förhållande med sina intressenter beroende på vilka intressenter som är med och skapar den här framgången. Företagens hållbarhetsrapporter och hemsidor hos de 100 största företagen i Indien där utgångspunkten i studien var att se om det fanns en drivkraft för att rapportera om företagens CSR aktiviteter i hållbarhetsredovisningen till intressenterna, som var involverade i företagen. För undersökningen kom Rajul et. al (2016) fram till att drivkraften bakom hållbarhetsrapporteringen grundar sig i att företagen vill visa upp sitt finansiella resultat som värdeskapande för samhället. Företagen är med och skapar ett hållbart samhälle som bidrar med ett positivt värdeskapande. Denna studie visade att värdeskapande för samhället grundar sig i att företagen är mer öppna för och kommunicera sina strategier och upplysningar dem har (Ibid).

2.2 Greenwashing skandal inom hållbarhetsredovisningen

En studie som har gjorts gällande green washing inom hållbarhetsredovisningen har studerat konceptet bakom hur en skandal verkar vara ett uttryck för “more than words” (Siano, Vollero, Conte & Amobile 2017). För undersökningen kring studien menar Siano (et. al. 2017) att de syftar till att undersöka systematisk användning av greenwashing genom ansvarslös beteende vilket baseras på vilseledande manipulation. Forskarna till den här studien använde sig av två olika tillvägagångssätt där den ena baseras på en innehållsanalys av hållbarhetsrapporter samt den andra av en semistrukturerad intervju (Siano et al. 2017). Forskning studiens undersökning deltog Volkswagens som var med skandalen “dieselgate” vilket var manipulering av hårdvara där den beskrev med den här nya tekniken som har tillhandahållits så kommer miljön inte påverkas lika mycket då utsläpp nivåerna har sjunkit drastiskt med den nya tekniken Siano (et al. 2017).

För studien kom forskarna fram till att innehållsanalysen av Volkswagens hållbarhetsrapport riktar uppmärksamheten gentemot företagets hållbarhets engagemang. Siano (et al 2017) menar att detta gäller framförallt projekt som ska gynnas av miljön den skyddar, behöver Volkswagen ta steget och vara ledande inom produktion av miljövänliga bilar för att bli av med stämpeln greenwashing samt konceptet “more than words”. Intervjuerna visar betydelsen av hållbarhet och kommunikation i organisationen. Särskild uppmärksamhet var riktad mot spridning och delning av hållbarhetsrapporter och initiativ för anställda i Volkswagen. Den här delen av resultaten resulterade till en allmän medvetenhet om företagets CSR-policys och hur den i framtiden kommunicerar till anställda och intressenter.

2.3 CSR rapportering som svar på större flygolyckor, en legitimitet baserad studie.

Författarna till den här studien, Vourvachis, Woodward, Woodward och Patten (2016) upptäckte en brist på litteratur angående vad årsrapporter försöker förmedla vid hot mot företagets sociala legitimitet. Den här studien fokuserade på flygbranschen och hur deras CSR-avslöjanden reagerar på legitimiteten kring olyckor från de stora flygbolagen och använder legitimitetsteori som grundläggande information. Resultaten inom diskussionen visar att avslöjanden som sker kring CSR behöver tas itu med, där inkluderas hot mot legitimitet som

behöver utvärderas i årsrapporterna (Ibid). Det indikerade också att det fanns ett intressant samband mellan negativa och positiva avslöjanden efter katastrofen. Flygbolagen involverade positiva aspekter som skrevs i rapporten och minskade informationsinnehållet angående negativa upplysningar. I enlighet med resultatet undviker företagen nämna mer än vad som är nödvändigt om flygolyckor som de har varit med om. Enligt studiens hypotes från Vourvachis (et al. 2016) skulle hälsa och säkerhetsinformationen också ha ökat då forskarna nämner i studien att den hjälper till att legitimera organisationerna enligt legitimitetsteorin. Studien visar oss att företagens årsrapporter väsentligt ökar rapporteringen kring CSR aktiviteter efter en katastrofal händelse, vilket är i linje med legitimitetsteorin. Forskarna utvecklar den här teorin att företagen skulle försöka rensa sin image för såväl intressenter som media. Studien också erkänner emellertid att deras resultat är lite för anekdotisk då det endast var en undersökning som bestod av fyra incidenter eftersom andra legitimitets hotande situationer inte kunde behandlas (Ibid).

3.0 Teori

I de här avsnittet kommer vi diskutera de olika teorierna samt begrepp som ska tillämpas i diskussionen och resultaten. Detta avsnitt gäller främst om CSR, rapportering om hållbarhet, legitimitetsteori och intressentteori.

3.1.1 CSR i teori

Att finna en koppling mellan CSR och intressentteorin begreppet har problematiserats men att det inte finns ett svar som duger som har dykt upp (Freeman, Harrison, Wicks, Parman & De Colle 2010). (Freeman et al. 2010) förklarar att det närmsta kopplingen av vad CSR baseras på är:

“Social responsibility refers to businessmen’s decisions and actions taken for reasons at least partially beyond the firm’s direct economic or technical interest”. (Freeman et. al 2010 s. 195)

CSR har sin bakgrund i att företag ska ta sitt företagsansvar som sträcker sig från sociala och miljömässiga förhållanden. Freeman et al (2010) förklarar i sin bok att Friedmans synsätt som bygger på att företag ska endast välja och lägga vikt på vinst och inte följa “de lagliga kraven” som finns i CSR och som bör förkastas. Freeman et al (2010) förklarar att anledningen till företagen ska förkasta teorin är byggd på att ignorera intressenter och istället fokusera på belagd risk management. Termen risk management bygger på att ignorera dem sociala obligationer som företagen har, ex att ignorera sina intressenter som är en äventyrlig företagsstrategi. Anledningen till att det kan betraktas som en äventyrlig strategi beror då på att de bygger kring “iron law of responsibility”. De här menas med att samhällets gemenskap ger företag legitimitet och makt. När företag väljer och inte använda den här makten och legitimiteten på ett ansvarsfullt vis så förlorar dem intressenterna och med det kommer då legitimiteten som ett pris av det (Ibid)

I boken “*Responsible business, How to manage a CSR strategy successfully*” beskriver författarna Pohl och Tolhurst (2010) CSR som värdeskapande för företagen och hur det kan gynna de. Forskarna delar in kategorier i olika subkategorier som i sin tur påverkar hur företagens ansvar ses ur personalavdelnings perspektivet. Vidare nämns det hur företagens volontärarbete påverkar olika dimensioner inom CSR området. Områdena som berörs här är personalavdelning, förändringshantering processer, anställd personal och samhället. Inom personalavdelnings området förklaras det att personalavdelningen ställs inför utmaningen att kombinera företagets och de anställdas intressen för företagets bästa, där det ligger i deras intresse att anställda har kunskapen och genomföra företagets intressen i första hand.

Vidare förklaras att det finns 3 kompetens faktorer för de anställda. Metodologisk kompetens som inkluderar analytiska färdigheter kombinerat med organisationens talang och färdigheter. Social kompetens som innebär förmågan och kommunicera och kunna hantera konflikter. Självkompetens som syftar till att den anställda ska ha motivation, flexibilitet och emotionell intelligens. Inom förändringshantering processer förklarar de att det främst är de anställdas flexibilitet och kreativitet ställs på prov när dem blir tvungna och hantera ett problem utan sina vardagliga rutiner. De menar att anställda behöver ifrågasätta tidigare metoder som har varit lyckade. Det är i den här situationen som förändringshanterings processer utmanar deras kreativitet och företagets värderingar (Ibid).

Den tredje dimensionen som faller under det här CSR området är de anställda. Pohl och Tolhurst (2010) menar att när företag väljer och fokusera mer på företagsstrategier baserat på individerna genom att stärka de långsiktiga projekten som dem har med sina anställda, som då dedikerar sin kompetens till ett projekt. Här menar de att anställda i gengäld är mer tillgivna och motiverade att delta i projekten som företagen tillhandahåller, Pohl och Tolhurst (2010) menar att det leder till högre motivation hos anställda vilket resulterar högre grad av lojalitet, högre grad av effektivitet hos de anställda samt utveckling av anställdas sociala expertis. Den sista dimension som faller under värdeskapande och hur det motiveras i CSR området är samhället. Dem menar att företagens volontärsarbete är en möjlighet för företagen och bli mer involverade hos olika intressentgrupper vilket i sin tur leder till att samhället samt de olika intressentgrupperna får en högre grad av tillit för företagen och en högre grad av acceptans för de ekonomiska beslut som dem tar (Ibid).

3.1.2 Om hållbarhetsredovisning

Hållbarhetsredovisningen är ett relativt nytt koncept som har dykt upp de senaste två decennier, där den gått igenom flera olika processer. En hållbarhetsrapport är per definition en icke finansiell rapportering hängiven till hållbar utveckling som är viktigt för samhället. Här ingår då både externa intressenter som kunder och aktieägare medans interna intressenter lyfter fram de som är involverade i verksamheten som dem anställda. År 1987, så publicerade United Nations kommission i miljö och hållbar utveckling en artikel om “Our common future” och definierade hållbar utveckling som (United Nations 1987)

“meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs” (United Nations 1987, s.15)

Kommissionen i United Nations (1987) nämnde 3 komponenter som är av avgörande faktor vilket var ekonomisk tillväxt, Social rättvisa samt miljöskydd. Med dessa 3 komponenter så blev den grunden för vad hållbarhetsrapporteringen ska baseras på (United Nations 1987). Székely & Brocke (2017) säger att det finns 3 universella underliggande dimensioner för konceptet hållbarhetsrapporteringen i Brundtland rapporten. Den första underliggande dimensionen baseras på hållbarhet i miljön vilket skulle verka för och fundera över våra handlingar gällande miljöförstöring. De potentiella indikatorerna för att mäta “environmental performance” enligt dem luftutsläpp som företagen är med orsakar, uttömning av resurser, avfall och transportanvändning. Den andra dimensionen är sociala handlingar som kan hjälpa till och utveckla samhället kring organisationen. Det här innebär bland annat att hålla sociala handlingar som bidrar till utveckling av människor genom ett träningsprogram för anställda, minoritets utvecklingsprogram (Székely & Brocke 2017). Ett mer konkret exempel på sociala handlingar som tillämpades skedde år 2016, där Nestles fisk och skaldjurs försörjningskedja var under utredning för minderårig arbetskraft samt missbruk av de anställdas rättigheter gällande antal timmar dem jobbade. Den här utredningen ledde till att Nestles och en icke statlig organisation som jobbar med thailändsk fisk försörjningskedja utforma ett träningsprogram för och utbilda om anställdas jobbvillkor till myndigheterna som är ansvariga (Nestle 2016). Den tredje dimensionen är ekonomisk hållbarhets handlingar för att förse intressenterna med “garanti för avkastning på tillgångar”. Handlingar som sådana inkluderar i ekonomisk hållbarhets risk och kris management, korruption samt ekonomisk vinst.

3.2.0 Legitimitetsteori

I *Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches*, Legitimitetteori beskrivs som:

” a generalised perception or assumption that the actions of an entity are desirable, proper, or appropriate with some socially constructed systems of norms, values, beliefs and definition” (Suchman 1995, s.574)

Suchman (1995) förklarar att legitimitetsteorin appliceras i ett företag på ett symbiotisk vis. För att den symbiotiska delen i ett företag ska kunna upprätthålla sin image och legitimitet så krävs det att den yttre samt inre miljön sätter press på organisationen (Suchman 1995). Suchman (1995) säger att legitimitet och image förlitar sig av de uppsättningar och värden som definieras genom lagen som finns i vårt samhälle där organisationen behöver upprätthålla dessa värden för att ha trovärdighet. Maurer (1971) definierar legitimitet som en känsla av rättfärdighet för sin omgivning och miljön gällande varför legitimitet existerar. Sammantaget är legitimitet en användning som hänger runt begreppen ”ansvarsskyldighet” och ansvar en organisation behöver ha gentemot den miljö de befinner sig i.

Hur företag får och hanterar legitimitet är en återkommande fråga inom organisationer eftersom det inte finns någon specifik plan som dikterar vilka steg som ska följas, demonstrerar Nord, Ashforth & Gibbs (1990). Dock finns det två breda tillvägagångssätt.

Tillvägagångssätten kategoriseras i substantiellt management och symboliskt management. Substantiellt management är när organisationen utför roller och handlingar som förväntas av deras intressenter för att upprätthålla trovärdighet enligt (Nord et al 1990). Med substantiellt management försöker företagen sträva efter “Coersive isomorphism”. Coersive isomorphism innebär att företagen försöker uppfylla förväntningarna som de har från samhället med pressen som kommer gällande vad andra organisationer gör för att få legitimitet (Ferrero & Sanchez 2016). Sutton och Callahan (1987) menar att det är det yttre sociala eller juridiska trycket från den omgivande miljön (institutionella trycket) som spelar en viktig roll i substantiellt management där det behövs struktur för att upprätthålla rollerna i organisationen. Symboliskt management är en annan metod där organisationer kan förfälska sin legitimitet enligt Sutton och Callahan (1987) genom att inte hålla sig till de värderingar eller lagar som finns i samhället. Detta innebär att företagen gömmer information om vissa aktiviteter som skadar deras legitimitet där dem bidrar med konceptet “green washing” (Sutton & Callahan, 1987). Från dessa två alternativ kan symboliskt management ses som ett mer enklare alternativ, dock desto mindre gynnsamt om en skandal inträffar. Intressant nog diskuterar Sutton och Callahan (1987) att när företag inte har något annat alternativ än att acceptera skulden för sina legitimitets skadande handlingar, kan de ta delvis ansvar och be om ursäkt för att få sympati. Nord et al (1990) tar också upp termen "ceremonial conformity" som hänvisar till företag som väljer införa mycket synliga sociala gester som att introducera en etisk kommitté för att dämpa effekten av en legitimitets skadande händelse. Därför spelar legitimitet en integrerad roll i en organisations ledningsstrategi.

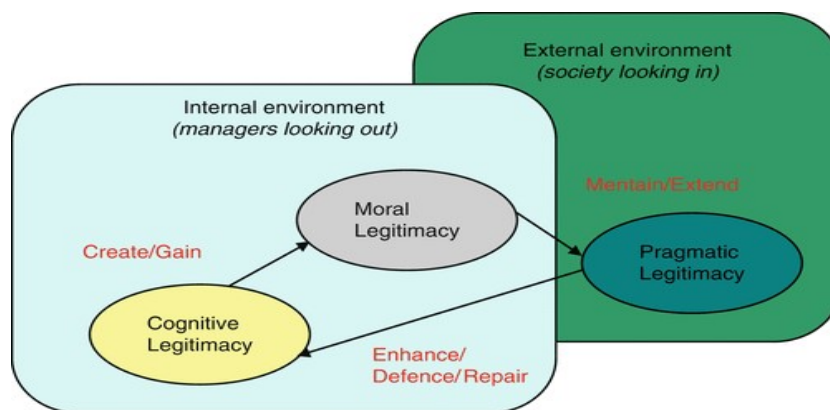
Schiopoiu Burlea & Popa (2013) säger att legitimitet fungerar i en institutionaliserad miljö skapad av intressenter som kan orsaka internt och externt tryck på en organisation. Författare fortsätter att utarbeta att det finns två nivåer som denna teori verkar på, på en organisatorisk nivå (Strategic legitimacy theory (SLT)) och på en makronivå Institutional legitimacy theory (Schiopoiu et al 2013). Strategisk legitimitetnivå hjälper till att utveckla organisationens inre miljö medan den institutionella legitimitetnivån hjälper till att utveckla den externa

legitimitetsnivån där båda nivåerna hjälper till och bilda företagets externa uppfattning i samhället. Båda nivåer är viktiga för att förstå den ömsesidiga fördelaktiga aspekter av legitimitet eftersom en organisation kan få legitimitet om den accepteras av samhället och organisationen och erbjuder samhället vissa sociala eller ekonomiska fördelar. I studien hävdar de att legitimitets makt inte är och ge en organisation någon juridisk giltighet, utan en implicit respekt för samhällens lagliga och frivilliga normer (Ibid).

Legitimitet spelar en viktig roll för en organisations värdesystem eftersom strategin som företagets mål syftar till kommer vara bunden av ansvars kraven från den institutionella miljön. Schiopoiu et. al (2013) förklarar att interna konflikter som en skandal kan påverka övergången för en organisation från att vara en legitim organisation till en illegitim organisation där medias roll kan visa sig vara avgörande för att bestämma en organisations legitimitet. Groysberg, Lin, Serafeim & Abrahams (2016) diskuterar effekterna en skandal kan ha med en fallstudie av Volkswagens skandal år 2015 där hårdvaran felaktigt presenterade utsläppsnivåerna. Intervjuer med ledande ledare visade att yrkesverksamheter som direkt eller indirekt förknippats med en organisations skandal har problem att hitta nytt jobb på grund av organisations stigma. Groysberg et. al (2016) vidareutvecklar konceptet bakom organisations stigma där det finns en negativ uppfattning om yrkesverksamheter som har varit med om en skandal. Groysberg et. al (2016) förklarar i sin forskning att chefer i yrkesverksamheter som var med om en skandal får 6% mindre ersättning i form av lön jämfört med chefer i USA och Danmark där gapet utvidgar övertid. En organisation som har varit med om en skandal kan påverka en individs karriär långt efter att de har lämnat företaget genom att ta hänsyn till frasen "the image of a company is stronger than the individual image" (Groysberg et al 2016).

3.2.1 Legitimitets cykliska natur

Suchman (1995) skriver att det finns tre typer av legitimitet som kallas pragmatisk legitimitet, moralisk legitimitet och kognitiv legitimitet. Var och en av dessa tre typer ger en annan men ändå allmän förståelse för hur vissa organisatoriska aktiviteter kan förespråkas för att en organisation ska fungera inom sitt sociala konstruerade normsystem. Pragmatisk legitimitet är den första typen som förlitar sig på organisationens egenintressen. Det är när publiken aktivt granskar organisationens åtgärder och därmed påverkar de aktiviteter som organisationen väljer att bedriva. Moralisk legitimitet bygger på att legitimitet är "socio tropisk" där aktiviteterna bedöms inte genom utvärdering utav utvärderarna, snarare om verksamheten bedöms vara moraliskt korrekt enligt Suchman (1995). Slutligen använder Suchman (1995) termen kognitiv legitimitet som följer en kognitiv process där en organisation utvärderar efterfrågan på gynnsamma aktiviteter i ett samhälle och bedriver dem om de är önskvärda för dess samhälle. Schiopoiu et al. (2013) expanderar emellertid att alla tre typer av legitimitet är korrelerade med varandra i en organisations livscykel. Enligt Schiopoiu et al (2013) förbättrar eller reparerar en organisations självreflekterande natur inom dess yttre miljö kognitiva legitimitet genom att försöka få ett erkännande från sina intressenter. Detta erkännande kan erhållas genom att följa de moraliska principerna, därför skulle ett företag gå in ett steg för att uppnå moralisk legitimitet. Slutligen, för att en organisation ska kunna upprätthålla sig på en konkurrenskraftig marknad, måste dem försöka uppfylla sina intressenters behov och därför uppnå pragmatisk legitimitet som vi kan se i *Figur 1*. Detta är en cykel som går runt att fixa eller skapa legitimitet som i sin tur påverkar både de externa och interna miljöerna i en organisation när de utvecklas genom olika typer av legitimitet.



Figur 1: Samband mellan de tre typerna av legitimitet (Schiopoiu et al. 2013)

3.3. Intressentteori

Visser, Matten och Tolhurst (2010) förklarar att intressentteori är en chefs teori om "affärsärende". Teorin påpekar att affärsärenden kan bli förstådd som en del av ett förhållande mellan 2 grupper som har en andel och inverkan i aktiviteter som företagen tillhandahåller. Visser et. al (2010) menar att intressenter är individer av grupper som kan påverka eller påverkas av framgången som ett företags stomme bygger på. Inom intressentteorin perspektivet så delas intressenterna i två grupp sektioner. Dem som är mer avgörande för företagens aktiviteter som kunder, leverantörer och anställda. Den andra typen av intressenter som vi finner är dem som kan påverka företagen på ett objektiva vis, dvs eliminera faktorer som känslor. I den här skaran ingår då grupper som median och regeringen. Vidare definierar dem att den andra typen av intressenter som ska ha ett objektiva synsätt, vilket i de här fallet är median och regeringen som ska ha en tolkning över situationen som inte ska uppfattas och vara främjande för företaget utan att det ska vara transparent med noll inflytande (Ibid).

Visser et al. (2010) menar att intressentteorin tydliggör att intressenter som har en inverkan i organisationen behöver se sambandet mellan två världar som samexisterar. Bilden som finns över företagens affärer och bilden som finns över etiken. Här menar de att företag behöver ses som affärsärenden som skapar ett värde för intressenter, där det blir lättare övertid att se processen kring värdeskapande som ett icke existerande moln med etik och värden. Etik och frågor om värde är ett centralt begrepp när företag ska handskas med intressenterna, då chefer i företagen behöver hantera frågan om vem är intressenten som dem skapar värde för (Ibid).

I en vetenskaplig artikel utvecklar Hasnas (2012) att intressentteorin är ett omfattande koncept som identifierar intressentteorin med hjälp av två grundläggande basbehov. Den vilseledande tron att affär och etik är separata områden samt påståendet att det är logiskt och fråga om vilka företagens intressenter är (Hasnas 2012). En annan teoretisk idé som har dykt upp är ansvarsprincipen där påståendet att människor vanligen vill acceptera ansvar för de handlingar som dem genomfört (Freeman et al. 2010).

4.0 Metod

Under de här avsnittet kommer vi förklara vår metodansats, forskningsmetoden som användes till undersökningen gällande hur vi samlade in vårt arbete till resultatet. Metodvalet förklarar hur resultatet kommer analyseras. I metoden har vi avslutat med en metodreflektion där olika ansatser kopplas till det här området. För att samla in vår data har vi genomfört en kvalitativ innehållsanalys av hållbarhetsredovisningen som kodnings schemat baseras på. Den kvalitativa innehållsanalysen innebär att vi har analyserat företagets hållbarhetsrapporter där vi läst igenom rapporten och plockat ut delar som är relevanta till vår studie. Ur innehållet som har plockat ut har vi sedan plockat ut kod, dvs ord som utvinns från innehållet som vi funnit relevant till den här studien och sedan analyserat det till ett kodningsschema. Ur orden har vi då format teman som härrör till dem olika kodorden. Mer om detta längre ner i kodning schemat

4.1.1 Metodansats

Under studiens gång kommer vi och utgå från en abduktiv ansats där vi utgår från tidigare teorier. Enligt Bryman & Bell (2017) är den abduktiva ansatsen i förhållande till vårt forskningsområde relevant då den talar om för oss att den representerar en vanlig uppfattning som finns mellan vårt forskningsområde och det teoretiska, där den teoretiska biten förklarar Bryman & Bell (2017) att den använder existerande teori inom de här forskningsområdet som blir testad mot den valda empiriska datainsamlingen. För den här studien motiverar vi valet till en abduktiv ansats då vi testar teorier inom det här forskningsområdet på ett praktiskt vis.

4.1.2 Forskningsmetod

För uppsatsens forskningsmetod tillämpar vi en kvalitativ metod. Valet av en kvalitativ metod som vi baserar på vår studie är enligt Bryman & Bell (2017) användbart då vi vill få en djupare förståelse hur företagen väljer och resonera och förklara sin hållbarhetsredovisning före och efter en skandal. Vi argumenterar för en djupare förståelse genom att vi får en större och bredare förståelse för ett fenomen när vi analyserat företagets hållbarhetsrapportering året innan och året efter skandal, där vi sannolikt inte kunnat få i en kvantitativ metod. I en kvantitativ metod analyseras företagets hållbarhetsrapporter och förlitas mer på upprepningar och relationen som finns i siffror hur många gånger dem väljer och ta upp ett visst fenomen. I relation till vår studie fungerar en kvalitativ innehållsanalys istället på ett sådant vis att vi tolkar den insamlade datan som låg till grund till vår studie, där kan vi kategorisera aspekter av hållbarhetsredovisningen. Bryman & Bell (2017) menar att med hjälp av en kvalitativ innehållsanalys kan vi undersöka bakomliggande teman i vårt material som vi analyserar.

Bryman & Bell (2017) menar även att en kvalitativ metod är användbart när vi "forskare" använder oss av en innehållsanalys som vi har valt som metod inom den kvalitativa sektorn. En kvalitativ innehållsanalys innebär att vi som forskare väljer och studera samt analysera innehållet i företagets dokument. Dokument i de här avseendet till den här studien är 8 företags hållbarhetsrapporter året innan skandalen bryter ut och året efter att skandalen har brutit ut. Till den här studien faller årsrapporter in under den kategorin som vi studerat. Tolkning av innehållet sker på ett vis där vi systematisk gör en kategorisering av teman och ordkategorier som vi väljer ut. Valet av en kvalitativ forskningsmetod grundar sig på att studien kommer centrera kring industrins hållbarhetsrapporter och vad som kan utläsas från rapporterna. En kvalitativ studie är då den mest optimala för oss då huvudfokus kommer ligga på vad rapporterna har och säga, om deras sätt och angripa problem säger året innan en skandal inträffade och året efter en skandal har inträffat (Ibid).

4.1.3 Datainsamling

För den här studiens undersökning har vi valt och fokusera på företagens hållbarhetsrapporter. Valet av hållbarhetsrapporter föll på att vi som studenter vill se hur företagen resonerar och motiverar sina hållbarhetsrapporter innan och efter en skandal. Om företagen har valt och omorganiserat sitt hållbarhetsarbete och resonerat om. Ifall företagen väljer nu istället och fokusera mer på hur dem kan tillfredsställa flera grupper av deras intressenter och inte enbart en mindre grupp som har inflytande i företagen. Den empiriska datan utgör som en primärdata för vår undersökning som har samlats in för vårt material. Materialet som vi har samlat in till den här studien har utgått från året innan en skandal har inträffat och året efter att en skandal har inträffat. Om vi tar som exempel företaget H&M som är med i vår undersökning har vi valt och undersöka företaget hållbarhetsrapport år 2011 och år 2013, detta då det var år 2012 som företaget var med om sin skandal. Därav vill vi se om företaget har ändrat sin retorik och motivering till sitt hållbarhetsarbete. Uppsatsen primära informationskälla har utgått ifrån frivillig information som företagen har satt upp i hemsidorna. För vår Studie kommer vi anpassa och tillämpa oss efter 8 företag som har varit med om en skandal där vi väljer och undersöka året innan en skandal har inträffat och året efter att en skandal har inträffat. Här kommer vi välja och undersöka om företagens hållbarhetsstrategi möjligen har ändrats och jämföra det för och se om det finns skillnader i hur dem presenterar deras hållbarhetsrapporter efter att en skandal har inträffat, mer om detta presenterar vi i kodningsformatet och analysmetoden. Om företagen väljer och prioritera nya områden och nyare ord som kategoriseras och nämns mera efter en skandal.

4.1.4 Urval

Under uppsatsens gång har vi utgått från enbart skandaler som har verkat i sociala och miljömässiga områden. Valen till just dessa två urval motiveras till att hållbarhets konceptet har tagit ett större kliv samt att kriteriet har grundats till produkter har tillverkats under vilka förhållanden. Att undersöka en finansiell skandal hade enbart lett oss in i ett spår där pengar och korrupktion blivit en sorts viltbråd för oss. Då uppsatsen hade som utgångspunkt och granska företagens hållbarhetsredovisning under en viss årsperiod, så var det vettigt och rikta in sig på sociala och miljömässiga skandaler. Dem företag som vi har valt och ta med har olika storlek, till att börja har vi mindre till större skandaler som involverar företagen som vi har valt och undersöka. Detta då vi vill se om det finns ett annat differentierat tillvägagångssätt att legitimera sig. Företagen som är involverade inom de socialmässiga skandalerna är främst företag inom textil, bland annat KappAhl, Lindex och H&M. Inom miljömässiga skandaler finner vi Ikea, British petroleum, Volkswagen, Shell samt Stora-Enso. För urvalet kring dem här företagen kan vi vidare nämna att det inte är representativ för en population. Främst är det för att vi inte har tillräckligt med företag för och kunna generalisera detta till ett visst område samt att vi även inte fokuserar på en specifik marknad. Därav till studien analyserar vi enbart 8 företags hållbarhetsrapportering året innan en skandal samt året efter att en skandal har brutit ut. Dels gör vi detta för att vi inte har tiden på vår sida för och göra ett större och betydande urval under dessa omständigheter. Till detta har Bryman (2015) nämnt tidigare provstorleken till en studie som den här används för och kompromissa mellan tid, pengar och behovet att ha precision i studien. Utav den anledningen kan vi inte utforma ett större urval för den här studien då vi inte kan fokusera på enbart en specifik marknad.

4.2 Kodningsschema och Tema

För den här studien kommer även ett kodningsschema och tillämpas. Kodningen baseras främst på enligt Bryman & Bell (2017) där rådata (hållbarhetsredovisningar) är uppdelade i mindre kategorier som kallas koder. Dessa koder ska hjälpa oss att hitta större teman som vi kommer att diskutera i avsnitt 5.0 och 6.0.

Kategorierna baseras på utifrån studien skandaler som industrierna har varit med om under åren inom områden som CSR behandlar, där inkluderas sociala förhållanden som mänskliga rättigheter och arbetsmiljön för medarbetarna (interna intressenter) Miljöförhållanden som föroreningar. För dessa kategorier kan vi utläsa vad som sägs från hållbarhetsredovisningen. baserat på dem 8 företagen som har valts ut och varit med om en skandal. Kategorier har valts ut inom områdena som har påverkats. I de här fallet gäller skandalerna områden som sociala och miljöområdet för respektive företag.

Hållbarhetsrapporten kodningsschema kommer och analyseras med en innehållsanalys. För att förenkla processen till vårt tillvägagångssätt så kommer vi använda oss av ett företag som ett exempel för hur vi gjorde för varje företag, i de här fallet Volkswagen och presentera hur teman har valts ut. Här presenterade vi vårt kodifierade material året innan en skandal har inträffat och året efter att en skandal har inträffat. Första steget till att utvinna kodorden behöver vi utvinna från hållbarhetsredovisningarna som beskriver innehållet. Därefter tog vi kodorden som vi tog ut i relation till skandalen som företaget har varit med om på ett abduktivt vis. Volkswagen var med om en utsläppsskandal, efter att skandalen kommit upp till ytan så redovisade företaget nya kärnvärden till sin verksamhet i hållbarhetsredovisningen 2016. Kärnvärdena i de här fallet var "Open and honest, uncomplicated, without prejudice and on equal footing". Från dessa kärnvärden som vi fann i hållbarhetsrapportens innehåll som vi gjorde en innehållsanalys på, extraherade vi då ut kodorden "transparens mål" då det är det Volkswagen försöker förmedla till sina intressenter. En kollektion med flera av kodord användes efteråt för att koppla ihop det till teman som vi sedan skapade. Teman till våra kodord skapade vi på ett sådant vis att vi kopplade dem till vår teoretiska bakgrund som vi har under teoriavsnittet. Ur legitimitetsteorin så utvann vi från innehållet ett tema som vi döpte om till legitimitets upprätthållande, från intressent teoretiska bakgrunden i vår rapport utvann vi temat intressant upprätthållande. I **tabell 1** får ni en bild av hur vi skapade vårt kodningsschema och tema.

Legitimitet upprätthållande (L)	Intressent upprätthållande (I)	Synvinkeln på en skandal enligt företagets egna beskådning	
		Sociala upprätthållande (S)	Miljömässiga upprätthållande (M)

<ul style="list-style-type: none"> • Riskbedömning • Transparens Mål • Socioekonomisk utveckling • Produktansvar • delvis ansvar • Etik 	<ul style="list-style-type: none"> • Framsteg • Transparens mål • Kompensation • Mänskliga rättigheter 	<ul style="list-style-type: none"> • lagstadgat ramverk • Arbetsrättigheter • Adressera skandal 	<ul style="list-style-type: none"> • Introduktion av nya strategier • Miljö hållbarhet • Koldioxidutsläpp • Resurser inom räckhåll • Hållbar leverantörskedja
---	--	--	--

Tabell 1 visar olika teman som vi har dragit ut av alla kodordet

4.3 Analysmetod

För studien strävade vi och ha ett antal 3 teman som medföljer en kodning ram enligt Bryman & Bell (2017). Ramverket kommer att vara en subkategori till teman där majoriteten av datan som behövs till analysen kommer och vidareutvecklas i punkt 3.2. Schreier (2016) menar vid analys av kod så är huvudfaktorn en kodning segmentering där vi identifierar dem viktiga delarna som finns i texten och koppla det till vårt kodningsschema. Kod Kategorin som byggs upp fungerar som en matris för oss som är redo och analyseras (Schreier 2016). Datat i kodningen är då relevant för vår studie och observera om organisationerna adresserar en skandal och finna likheter i trender hur andra företag väljer och adressera en händelse som potentiellt kan skada företagets legitimitet

Om vi refererar till **tabell 1**, för varje företag har vi gått igenom hållbarhetsredovisningen där vi kategoriserat företagets innehåll med en innehållsanalys. Från hållbarhetsredovisningen i **tabell 1** har vi funnit kodord som förklarar vad det är dem förmedlar i texten. Varje företag har olika kodord som hamnar under 3 “paraply teman”, Legitimitets och intressent upprätthållande är två teman som utvanns från kodorden samt synvinkeln på en skandal enligt företagets egen beskådning är ett annat tema som utvanns från kodorden. Legitimitets upprätthållande är ett tema som utvanns från koderna som fokusera på handlingarna företagen beskriver i deras hållbarhetsrapport som fundersamt uttrycks som altruistisk och autentiserat av företagen. Intressent upprätthållande är ett tema som utvanns från kodorden som innebär att företagen försöker uppfylla intressenternas krav och vilken typ av arbete som företagen bedriver i organisationen. De skandaler som vi har valt faller under sociala och miljömässiga kategorier. Därför har vi valt de som subteman. Vi har då två subteman som kommer under huvudtemat företagets synvinkel vid en skandal som har byggts upp av koder som diskuterar skandal områden året innan skandalen och året efter.

4.3.1 Trovärdighet

Inom den kvalitativa forskningen gällande dokument som datakälla så behandlas trovärdigheten enligt Bryman & Bell (2017) på fyra olika kriterier. För att vi som författarna till studien ska garantera full transparens och inga avvikelser skapar vi en rättvis bild över det här området, där detta sker med hjälp av ett par kriterium. fyra av de kriterierna bygger på autenticitet, trovärdighet, representativt samt meningsfullhet. För del kriterium nummer ett bygger autenticitet på att dokumentet ska vara äkta och inte har korrigerats samt att dokumentet ska vara av otvetydigt ursprung. För del kriterium nummer två bygger trovärdighet på att dokumentet ska vara av inga felaktigheter samt sakna några förvrängningar av dokumentet. Del kriterium nummer tre bygger på representativitet där dokumentet uppfattas tillhöra den

kategori som den tillhör. Den fjärde del kriteriet är meningsfullhet där materialet ska uppfattas som rikligt och tydligt.

Trovärdigheten till den här studien har uppfyllts genom att vi som forskare till den här studien har varit så objektiva som möjligt. Studiens objektivitet har uppfyllts har vi inte agerat illvilligt utan i god tro till uppsatsen där vi inte har förvrängt slutresultaten för vårt forskningsstudie. Forskningsstudien utgångspunkt har främst fokuserat på att vi som studenter har tagit hänsyn till den sociala verklighet som speglas i forsknings undersökningen, vilket möjliggör att studien ska kunna gå och repeteras.

Autenticiteten till den här forskningsstudien har vi som författare stärkt genom att ge en rättvis bild av vårt forskningsområde som undersöks där andra individer som är involverade i studien får en mer övergripande och rättvis bild över forskningssituationen. (Bryman & Bell 2017) menar att enbart betrakta autenticitet och marginalisera det till att endast inkludera en rättvis bild leder till förfalskad bild som skapas över forskningen. Därför har vi som författare till den här studien vidare angett att autenticitet möjliggör att företagen som deltar i undersökningen kan åtgärda problemen.

4.3.2 Metodreflektion

Fördelen som vi finner med att genomföra en kvalitativ innehållsanalys av företagens årsrapporter menar Bryman & Bell (2017) att vi främst kan kategorisera och skapa teman utifrån innehållen som finns i företagens dokument. Jämfört med en annan kvalitativ forskningsmetod där studenten använder sig av kvalitativa intervjuer gör att det krävs mer tid och analysera intervjuerna och plocka ut "tematiska aspekter" (Ibid). Att vi som studenter använder oss av årsrapporter som vår primära datakälla kommer till vår fördel då den är lättillgänglig för allmänheten främst och möjliggör att vi som studenter kan samla in mer data till vår forskningsstudie, och därav få ett större urval till vår uppsats.

Trots fördelarna som vi finner med att göra en kvalitativ studie med hjälp av en innehållsanalys så finner vi nackdelar med en kvalitativ forskningsmetod. Bryman & Bell (2017) nämner främst att urvalsstorleken till vårt forskningsstudie inte kan representera en hel population. Detta motiveras av att vi har en begränsad mängd årsrapporter och utgå ifrån samt att alla dokument inte är homogena så kan vi som studenter ha det svårt och generalisera en slutsats baserat på vårt resultat. Bryman & Bell (2017) formulerar att jämfört med en kvalitativ innehållsanalys som kan fånga upp vad intervjuobjektet har och säga och få en mer precision inriktat svar från en respondent så begränsas innehållsanalysen egenskaper då vi endast utgår från årsrapporter som kan vinkla studiens utgångspunkt. Dock att vi endast utgår från företagens hållbarhetsrapporter som är offentliga handlingar i företagens hemsida som de har delat med, så har vi inte stött på problem med den etiska aspekten. En etisk aspekt som intervjuer har vi inte genomfört till den här studien, därav påverkas inte studien med etiska principer och problem (Ibid).

5.0 Presentation av företagen.

I vår undersökning under den nedanstående kapitlet presenterar vi dem företagen som vi har undersökt. En kort introduktion om företagen skall ges i början därefter dyker vi in i skandalerna som företagen har varit med om och presenterar vårt resultat.

5.1.1. IKEA

IKEA är ett företag som arbetar med visionen att skapa en bättre vardag för människor och dess familjer och erbjuda heminredningsartiklar till en låg pris så att så många människor som möjligt ska kunna köpa deras produkter (IKEA 2020).

För att IKEA ska vara ett företag som värnar om människorna och miljön för sina leverantörer har dem tagit fram ett program som heter IWAY (The IKEA way) som bygger på konventioner och dokument gällande miljöskydd, värderingar och mänskliga rättigheter (Ikea u.å.).

År 2012 så var uppdrag granskning med uppdagade en skandal med Ikea om att de skövlar unik urskog i Ryssland. Ikea som är ett stort multinationellt möbelföretag med fokus på trä som den viktigaste råvaran, där produkter som dem säljer består av ca 60 % i trä (SVT 2012). IKEA har då i jakten på virke skövlat urskog i Ryssland. Ikea är ett företag som väljer och värna om miljön och lägger stor vikt på hållbarhet och sitt miljöarbete där dem försäkrar att allt virke kommer från hållbart skogsbruk miljöer där ingen ska påverkas. Samtidigt väljer IKEA och skövla urskog som finns i orörda miljöer menar Viktor Säfve (Skydda skogen organisation u.å.). Dock väljer Ikea ändå fortsätta med sin skogsskövling med hjälp av en miljöstämpel FSC (Forest Stewardship council) som är en organisation för och skydda unika skog (Ibid). Mikael Karlsson på naturskyddsföreningen menar att detta är prov på dubbelmoral där Ikea verkar säga att dem vill värna om de unika trävirke i skogen men samtidigt vilja göra tvärtemot det dem säger när dem skövlar ner dem unika urskogen (Ibid).

5.1.2 H&M

H&M är ett klädföretag som är verksamma i 74 marknader i världen, som är en familjekedja driven och göra design av kläder som är riktade till alla grupper i världen på ett hållbart vis (H&M 2020). H&M är ett företag som erbjuder mode, design och service som möjliggör att människan kan uttrycka sin egen stil.

År 2012 så uppdagades en skandal om förhållanden i H&M s fabriker där levnads lönerna för medarbetarna i fabriken låg på 3 kr per timma där medarbetarna jobbar upp till 80 timmar veckan (Handelsnytt 2012). Kritiken höjdes ännu mer när det även kom fram att de inte betalade levnadslöner för de anställda i fabrikerna, en lön som de anställda kan leva på och inte bara en minimilön (Handelsnytt 2012). I TV4 programmet Kalla fakta avslöjar de att sömmerskorna i fabrikerna jobbar så mycket övertid att deras hälsa började svikta till den graden att de svimmar under arbetspassen (Berg 2012). Efter de här avslöjandet så pratade H&M s dåvarande VD Karl Johan Persson till Aftonbladet (2012) om att företaget är ledande inom hållbarhetsfrågor och är branschledande inom den här sektionen. H&M som en klädjätte förklarar istället att de inte kan införa krav på sina leverantörer om att de anställda ska få en bättre lön (Berg 2012)

5.1.3. Stora Enso

Stora Enso är ett Svenskt-Finskt skogsindustrikoncern som "utmärker" sig som ett företag med förnyelsebart material (Stora Enso 2020). Stora Enso utvecklar, producerar material samt

lösningar baserad på trä samt biomaterial för en rad industrier inom skogsindustrin (Stora Enso 2020). År 2012 så gjordes en granskning på Stora Enso och deras leverantörsarbete. Dagens Industri (2012) tillsammans med TV4s kalla faktagranskning avslöjade en skandal om Stora Ensos pappersproduktion i Pakistan. Skandalen visade att Stora Enso köper returpapper från en pakistansk leverantör som låter barn samla in papperna. Granskningen av TV4s kalla faktateam (2012) visade att barn så gamla som 4 år arbetade för leverantören 9 timmar om dagen för företaget Bulleh Shah som var en underleverantör till Stora Enso. Granskningen visade och avslöjade att företaget var medvetna om att barnarbete förekom men ändå fortsatte skandalen. I en intervju med Expressen (2014) sa Stora Ensos Renewable avdelning chef Mats Nordlander “vare sig vi hade vetat att leverantören har barn som arbetar åt dem eller att vi misstänkte det så hade vi redan gjort investeringen”. Uttalandet och skandalen väckte ramaskri där Vd:n till bolaget samt andra chefs toppar vart tvungna och avgå efter avslöjandet.

5.1.4 KappAhl

KappAhl är en svensk modekedja som grundades år 1953 som utmärker sig som en modekedja med ca 370 butiker i Norden. KappAhl är en klädkedja som försöker utmärka sig i hållbarhet med omsorg och respekt för miljön och människan (KappAhl 2020).

Klädföretaget KappAhl har tidigare varit i skamvrån om att levnadsvillkoren i Bangladesh fabriker är under all kritik, där de anställda har en lön som strider mot KappAhls regler och internationella konventioner gällande mänskliga rättigheter (SVT 2018). Anställda i fabriker tvingas till och arbeta övertid där det även saknas ett kollektivavtal i 27 av 29 fabriker i Bangladesh (SVT 2018). KappAhl är ett företag som stolt nämner att de ställer krav på sina leverantörer att de anställda ska ha bra arbetsförhållanden och rimliga arbetstider som täcker de anställdas behov (KappAhl 2020). Trots att KappAhl nämner detta i sin hemsida så får de hårdast kritik av en rapport som utfördes av Fair action där KappAhl säger att de arbetar visst för “fair living wage”, men enligt Fair action så är det en bit kvar tills Bangladesh får rättvisa levnadslöner där det skulle krävas av KappAhl att de dubblar de anställdas löner (SVT 2018). Fair actions chef Maria Sjödin menar att anställda som går med i fackföreningar för med sig stora risker där anställda kan bli trakasserade om de blir aktiva i fackföreningar (SVT 2018).

5.1.5 Volkswagen

Volkswagen Group är ett tyskt bilföretag som grundades år 1937. Företaget var med om en stor utsläppsskandal september år 2015. Volkswagen hade installerat ett program som medvetet omprogrammerade felaktiga utsläpp i mjukvaran som kunde känna parametrarna av en utsläpps cykel inställd av United states environmental protection agency (Hotten, 2015).

Programmet kunde känna av parametrarna i över 10 miljoner bilar (Hotten, 2015). I testläget skulle bilarna överensstämna med den federala utsläppsnivå, men när bilarna var i normalt körtillstånd så bröt bilarna mot regelverket clean air act som är utformad för och kontrollera luftutsläppen i USA(EPA,2020).

Enligt Hotten (2015) Bilarna som Volkswagen producerade släppte ut 40 gånger mer luftförorening än vad som var tillåtet under normala körtillstånd. Att bryta mot de här regelverket ledde till en 40 % minskning i deras aktie på två veckor säger Jung & Sharon (2019). Detta resulterade till att Volkswagen återkalla miljontals bilar, som resulterade till ett stort finansiellt bakslag för företaget (Jung & Sharon, 2019).

5.1.6 BP skandal

British petroleum (BP) är ett multinationellt petroleum och gasbolag som grundades år 1909. Under året 2010 så var BP med om en oljeutsläppsskandal där en oljerigg exploderade vilket resulterade till ett stort oljeutsläpp i den mexikanska golfen. Explosionen och oljespillet var en industriolycka som ledde till att 11 personer fick skörda sina liv och över 210 miljoner gallons av olja som spillde ut i golfen (BBC, 2014). BP blev utpekade som syndabocken då dem misslyckade sig med att ha tillgång, hantera och kunna kommunicera med deepwater horizon oljerigg (BBC, 2014).

Katastrof ledde till stora miljöpåverkan på marina djur och föroreningar av marina livsmiljöer enligt NOAA (2017). För att åtgärda den här katastrofen inrättade BP en fond på 20 miljarder dollar i anslutning till den amerikanska regeringen för skada och bosättnings kostnader till Gulf Coast Claims Facility (GCCF) enligt BP:s årsrapport (2010). 2013 beslutade domare Barbier att BP innehar 67% av skulden medan andra samarbetsföretag som Transocean och Halliburton skulle bära de andra 33% av skulden. Domen resulterade i att BP behövde betala uppskattningsvis 18 miljarder dollar (BBC, 2014).

5.1.7 Shell skandal

The Royal Dutch Shell PLC, mer känd som Shell är primärt en olja och gasindustri. Företaget är ett brittisk-nederländskt företag som grundades år 1907 med dess högkvarter i England och Nederländerna. Shell är ett företag som verkar i flera regioner bland annat i Nigeria som ett produktionsland. År 2012 så var Shell med om en skandal där invånarna i Bodo Nigeria skickade in en stämning mot Shell för ersättning av två stora oljespill i regionen. Oljespillet ledde till förorening av invånarnas mark och vatten. Den här delen av Nigerias region är ett viktigt strategiskt område för dem då det är källan till deras mat för invånarna. Till en början nekade Shell till ansvar, där dem påstod att oljespillet skedde på grund av sabotage. Men under rättegångsförhandlingarna år 2014 så svingade åklagaren till invånarnas fördel där åklagaren nämnde att företaget skulle stå som ansvariga för oljespillet om dem inte tog rimliga åtgärder för och skydda invånarna från felfunktioner. Rättegångs Förhören resulterade till att Shell accepterade ansvar i januari år 2015 för oljespillet och gick med på ersättning på 55 miljoner dollar till invånarna i Bodo för att städa upp oljespillet.

5.1.8 Lindex

Lindex är ett svenskt klädföretag som grundades år 1954 i staden Alingsås som idag är ett multi internationellt företag som har huvudkontoret i Göteborg med ca 5000 anställda (Lindex 2020). Företaget har ca 6 st produktionsländer som basas i Bangladesh, Kina, Indien och Turkiet. Lindex säger att de har ett nära samarbete med sina leverantörer för att säkerställa att kläderna som dem får uppfyller hållbarhets kvaliteten (Lindex 2020). Vidare nämner Lindex (2020) att det ligger i deras intresse och se till att mänskliga rättigheter respekteras i deras värdekedja där arbetsmiljön ska uppfattas vara säker (Lindex 2020).

År 2018 publicerade Fair action som jobbar med promoting responsible business en studie om en skandal att Lindex inte värna om sina anställdas välmående i produktionsländerna Pakistan och Bangladesh där lönerna hos de anställda låg på strax över världsbankens fattigdomsgräns (Fair Action 2018). I skandalen uppdagades en oro om Lindex framförhållning av kvinnor där dem pratar om att vara med om kvinnors ekonomiska och rättsliga frihet. Trots att Lindex framförhållning om kvinnor verkar positiv så visade produktionsländerna en helt annan bild

där sömmerskor berättar att de måste låna pengar för att hålla ihop ekonomin i familjen. Författaren till den här studien (Maria Sjödin) menar att enbart skapa arbetstillfällen till människorna duger inte utan att det behöver vara jobb med löner som sömmerskorna kan klara sig på, och på det viset lyfta ut familjerna från deras fattigdom (Fair action 2018).

6.0 Resultat & Analys

I resultatets delen nedan har vi tagit kodord (tabell 2) som faller under våra tre distinkta teman/kategorier och använt dem för att ta fram de huvudämnen som de olika hållbarhetsrapporterna diskuterar före och efter skandalen. Vissa kodord som finns i tabell 2 kanske inte gäller för varje organisation. Därför har vi använt bokstäver för att skilja företag som använder kodorden från tabell 2. Exempelvis har Volkswagen flera avsnitt som involverar riskbedömning, följaktligen i tabell 2, bokstaven a används för att representera att företaget har använt just den specifika koden. Dessa uppgifter finns också i tabellform. Tabellerna nedan som vi presenterar har blivit markerade med förkortningar. I vänsterspalten har kodordens innehåll blivit markerade med dess tillhörighet. Markering med L innebär att det står för Legitimitets upprätthållande, Markering med I står för intressent upprätthållande som teman. Markering med S och M står för Sociala och miljömässiga upprätthållanden. Exempelvis hamnar Riskbedömning under temat L.

Legitimitet upprätthållande (L)	Intressent upprätthållande (I)	Synvinkeln på en skandal enligt företagets egen beskådning	
		Sociala upprätthållande (S)	Miljömässiga upprätthållande (M)
<ul style="list-style-type: none"> • Riskbedömning (a) (b) (d) (c) (f) (h) • Transparens Mål (a) (c) (e) (f) (g) (h) • Socioekonomisk utveckling (a) (h) • Produktansvar (a) • Delvis ansvar (c) (e) (f) • Etik (f) (g) 	<ul style="list-style-type: none"> • Framsteg(a) (e) • Transparens mål(a) (c) (e) (f) (g) (h) • Kompensation (h) 	<ul style="list-style-type: none"> • Introduktion av nya strategier (a) (c) • Lagstadgad ramverk (b) (d) • Arbetsrättigheter (b) (d) (f) • Levnadslöner (b) • Levnadsvillkor (d) (f) • Barnarbete (g) • Adressera skandal (b) (d) (f) (g) 	<ul style="list-style-type: none"> • Introduktion av nya strategier(a) (c) • Miljöhållbarhet (a) (c) (e) • Koldioxidutsläpp (a) (c) • Adressera skandal (c) (h) • Resurser inom räckhåll (e) • Hållbar leverantörskedja (f)

Tabell 2: Kodord härrörande från hållbarhetsrapporter från flera företag. (a) Volkswagen; (b) H&M; (c) BP; (d) Lindex; (e) IKEA; (f) KappAhl; (g) Stora Enso; (h) Shell

Volkswagen (a)

I en sektion i hållbarhetsredovisningen gällande *riskbedömning*, har Volkswagen ett avsnitt om stadier för identifiering av risker. Volkswagen riskvärdering har ett stort fokus på den finansiella sektorn året innan skandalen bröt ut, efter att det bröt så behandlas skandalen som ett 3-steps riktat riskvärderingsmodell som är etablerat att inte fokusera på finanssektorn i företaget. Intressant nog fanns det avsnitt som enbart fokuserar på *transparens mål* året efter att skandalen utbröt som är riktad mot intressenterna med nya kärnvärden. Företaget valde då lägga mer fokus på ord som "Open, honest and on equal grounds". När det gäller bidrag till *socioekonomisk utveckling* har Volkswagen inte ändrat lokala och internationella projekt de har investerat i, då dem är densamma från både 2014 och 2016. Ett nytt avsnitt om *produktansvar* har också lagts till efter skandalen där Volkswagen diskuterar vikten av att vara ansvariga och även "ad-hoc" experter som är specialister som utvärderar produkten vid behov.

Företag tenderar också att prata om sina *framsteg* för att tillfredsställa intressenterna, där Volkswagen belyser att de har minskat sina koldioxidutsläpp flera gånger under 2014 men inte fokuserar lika mycket på den här aspekten under 2016. När det gäller intressenterna verkar *transparens* vara ett fokus i hållbarhetsredovisningen 2016 eftersom det innehåller ett brev till intressenterna samt introduktionsprogram som arbetar för och förbättra standarderna för både interna och externa intressenter. Större vikt läggs på utvärdering av intressenter i motsats till hållbarhetsredovisningen för år 2014. Citatet från hållbarhetsredovisningen 2016

“This makes it all the more essential for us to establish a solid framework of values, in the form of our renewed commitment to sustainable, responsible business practices.” (Volkswagen 2016, ss 6)

Volkswagen *introducerade också nya strategier* som hade avvikit från det tidigare målet. Inledningsvis var målet att sträva efter att minska utsläppen fram till 2020, men denna prioritering hade ändrats där en ny plan har tagits fram som berör "att omvandla kärnverksamheten" fram tills 2025. Hållbarhetsredovisningen för 2014 presenterade huvudmålet att minska koldioxidutsläppen, där de emellertid hade *miljö hållbarhet* faktorn lutad mer mot intressenternas prioritering.

Kodord	Innehåll inom redovisningen före skandalen (Volkswagen, 2014)	Innehåll inom redovisningen efter skandalen (Volkswagen, 2016)
Riskbedömning (L)	<ul style="list-style-type: none"> Mer fokus på identifiering av risker inom finansiella sektorn 	<ul style="list-style-type: none"> 3-steg riskvärdering modell med fokuset på icke finansiella sektorn
Transparens Mål (L) (I)	<ul style="list-style-type: none"> Inte mycket fokus på transparens mål Ingen "letter to the stakeholders" 	<ul style="list-style-type: none"> Stort fokus på Transparens mål Nya Kärnvärden "Open, uncomplicated, without prejudice and on equal grounds" Hållbar kommunikation Brev till intressenterna Förbättra standarder för interna och externa intressenterna
Socioekonomisk Utveckling (L)	<ul style="list-style-type: none"> 200 projekt inom lokala och internationella socioekonomiska utveckling 	<ul style="list-style-type: none"> 200 projekt inom lokala och internationella socioekonomiska utveckling
Produktansvar (L)	<ul style="list-style-type: none"> Ingenting inom detta område 	<ul style="list-style-type: none"> Volkswagen diskuterar vikten av att vara ansvariga Introduktion av "Ad-hoc" experter som är specialister inom olika specifika område
Framsteg (I)	<ul style="list-style-type: none"> Mycket fokus på minskning av sina koldioxidutsläpp 	<ul style="list-style-type: none"> Inte mycket fokus på minskning av sina koldioxidutsläpp
Introduktion av Nya strategier (M)	<ul style="list-style-type: none"> Strategi att minska koldioxidutsläpp tills år 2020 	<ul style="list-style-type: none"> "Tillsammans" 2025, att omvandla kärnverksamheten
Miljö hållbarhet (M)	<ul style="list-style-type: none"> Fokus på miljö hållbarhet 	<ul style="list-style-type: none"> Inte lika mycket fokus på miljö hållbarhet

Tabell 3: Hållbarhetsrapporten innehåll före och efter skandalen (Volkswagen)

Analys: Volkswagen

När vi analyserade Volkswagen la vi märke till att Volkswagen som företag har flera olika händelser som faller under koderna för transparens och framsteg som båda omfattas av våra teman intressant upprätthållande och legitimitet upprätthållande. Den här användningen av koder inom dessa två områden innebär att företagets hållbarhetsredovisning tvingades att förbättra eller utöka delar som vädjar till intressenter och främjar legitimitet efter en skandal. Även i temat miljömässiga upprätthållande har det skett en förändring i strategierna från 2014 till 2016 där fokus har skiftat till att bygga förtroende och legitimitet med fokus på strategin ”Tillsammans 2025” som syftar till att leda Volkswagen mot öppenhet.

H&M (b)

H&M som ett textilföretag nämner inte *riskbedömning* i hållbarhetsrapporten år 2011 då dem inte la fokus på det området. H&M var mer benägna på att fokusera på hur dem kan förmedla sin hållbarhetsrapportering till sina interna intressenter samt använda sig av hållbara samarbetspartner som är *hållbara i samhället*. Dock blev *riskbedömnings* faktorn ett nytt område för företaget och ta sig an år 2013 efter att skandalen inträffade med H&M:s hållbara samarbetspartnern. Företaget valde och skifta fokus från att enbart fokusera på att tillfredsställa en grupp av intressenter till att fokusera på att andra faktorer som hamnar under *riskbedömning* och att vara *transparenta*. Ett utav de var den lagstadgade ramverket som H&M införde med sina underleverantörer vilket var en *lagstadgade ramverket Accord on fire*, där dem nämner att de var bland de första som skrev under

“the *Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh aimed at further helping the textile industry to achieve lasting improvements in safety and working conditions*”. (H&M 2016, s. 22)

Företaget menar att ramverket som inkluderat en *accord on fire* innebär att de arbetar för en säkerställd och brandsäkra fabriker i produktionsländer som Bangladesh och Kambodja. Intressant nog väljer H&M i hållbarhetsredovisningen år 2011 och prata om *arbetsrättigheterna* för de anställda främst om “pay and working conditions” men att vi inte finner information om *levnadslöner* för de anställda i fabriker hos underleverantörerna. H&M väljer istället och prata om att de har valt och ingå i en organisation Fair wage network som arbetar för bättre *levnadslöner* och villkor för anställda i produktionsländer. Företaget pratar om fair wage network men i rapporteringen så nämner dem inte om *levnadslöner*. Året efter skandalen väljer företaget i hållbarhetsredovisningen år 2013 prata mer om *levnadslöner* och *arbetsrättigheterna*. När H&M valde skifta fokus till *levnads lönerna* för dem anställda i produktionsländerna nämnde dem att det är ett fokusområde för dem. Detta då de menar att sömmerskor borde tjäna tillräckligt för och kunna leva, där dem menar för och realisera detta i deras industri och i de marknader som de verkar så kräver det fler förändringar och åtgärder som dock är komplexa.

Kodord	Innehåll inom redovisningen före skandalen (H&M, 2011)	Innehåll inom redovisningen efter skandalen (H&M, 2013)
--------	--	---

Riskbedömning (L)	<ul style="list-style-type: none"> Nämner inget inom de här områdena 	<ul style="list-style-type: none"> Fokus på andra grupper inom riskbedömning område Större fokus inom riskbedömning området. Nytt lagstadgat ramverk
Levnadslöner (S)	<ul style="list-style-type: none"> Nämner inget när det gällde levnadslöner. 	<ul style="list-style-type: none"> Ingår i ett nätverk Fair wage Network. Diskuterar vikten av tag hänsyn till levnads lönerna.
Arbetsrättigheter (S)	<ul style="list-style-type: none"> Nämner ett stycke om pay and working conditions 	<ul style="list-style-type: none"> Skiftar sitt fokus till att inkludera arbetsrättigheter. Förändringar krävs för sömmerskor
Lagstadgad ramverk (S)	<ul style="list-style-type: none"> Lagstadgad ramverk existerar inte. 	<ul style="list-style-type: none"> Accord on fire introduceras. Specialiserar sig för brandsäkra fabriker. Förbättra standarden i fabriken.
Adressera Skandalen (S)	<ul style="list-style-type: none"> Skandal hade inte hänt än 	<ul style="list-style-type: none"> Uppmärksamhet riktas mot arbetsrättigheter. Komplext men förändringar behöver ske.

Tabell 4: Hållbarhetsrapporten innehåll före och efter skandalen (H&M)

Analys: H&M

När vi analyserade H&M företaget hållbarhetsrapport så kom vi fram till en utgångspunkt som dem repetitivt återkommer till, vilket var att dem nämnde kodorden riskbedömning, transparens mål, levnadslöner och arbetsrättigheter. Dessa kodord föll under teman intressent upprätthållande samt legitimitets upprätthållande. Användningen av dessa 4 kodorden som vi identifierade i våra teman var en stor faktor till att företagen varit tvungna och skifta fokus till att enbart tillfredsställa en typ av intressenter till att ta hänsyn till andra grupper av intressenter, i de här fallet anställda människor produktionsländer. I intressentteorin nämnde Visser et al (2010) att det finns 2 grupper av intressenter, dem som är av mer avgörande som leverantörer och kunder. Sen har vi andra gruppen av intressenter som kan påverka på ett objektiva synsätt som median. I de här fallet kan median sätta press på företagen kring varför produktions fabriken inte uppfyller rättigheter som de anställda har där. Fokus har legat på de här områdena efter en skandal där företagen väljer och försöka förbättra levnadsvillkoren menar Visser et al (2010). Även i temat sociala upprätthållande försöker företagen ändra sin strategi med hjälp av accord on fire som ska säkerställa att fabriken är säkra.

BP (c)

BP hade under hållbarhetsredovisningen år 2009 två avsnitt avsedda för *riskbedömning* där fokuset låg på säkerhet först samt prestanda som sist, men att det inte uppmärksammades särskilt mycket. De här förändrades dock i hållbarhetsrapporten år 2010 då riskhanteringssystemet är omstrukturerad och omvärderad, särskilt när det kom till Deepwater horizon där de nämner

“...we look at what that sense of responsibility means in practice. We discuss how the accident and oil spill are shaping how we do business” (BP 2010)

Företaget hade *introducerat* flera nya strategier genom sitt One managementsystem (OMS) som skapat en ny beslutsmatrix med förbättrade utbildningar och “Blowout Preventers” (BOP) som förhoppningsvis kan förhindra oljeutsläpp från att hända igen i 2010 hållbarhetsrapport. Det finns flera fall där BP använde sig av ett *partiellt delvis ansvar* som ett medel för att motivera deras produktion av olja som låg till grund för deras höga koldioxidutsläpp år 2009 i hållbarhetsrapporten som också fanns i år 2010 rapporten, men i mindre utsträckning. Under år 2009 hållbarhetsredovisning var företaget mer mål fokuserat gällande ökning av effektiviteten i Deepwater horizon samt minska koldioxidutsläppen. Dock ändrades detta och *transparens målen* började prioriteras mer för intressenterna under 2010, där det nämndes flera gånger i brevet till intressenterna. Återupprättandet av förtroende är en viktig ton under hållbarhetsredovisningen år 2010. BP har ett avsnitt som diskuterar vad intressenterna kräver, från icke-statliga organisationer till regeringar. Den stora diskussionen är öppenhet och social anslutning, där de även hade externa utvärderare från Ernst & Young ”som gjorde en översikt över rapporteringen 2010 som inte hade varit närvarande 2009.

I 2009 hållbarhetsrapport så var fokusområdet avgränsat till enbart om koldioxidutsläpp och koldioxidskatt när det gäller *miljömässig hållbarhet*, de här fokusområdet tog ett baksäte och diskussion om sanering och miljö skötsel började prioriterats år 2010 hållbarhetsrapport. *Skandalen* hade tagits upp flera gånger, men anslutningen hade varit mer mot att lösa problemet snarare än att direkt ange vad som hänt eftersom detaljerna om miljöförstöring eller uppskattning av spill inte nämndes.

Kodord	Innehåll inom redovisningen före skandalen (BP,2009)	Innehåll inom redovisningen efter skandalen (BP,2010)
Riskbedömning (L)	<ul style="list-style-type: none"> Fokus säkerhet in riskbedömnings delen 	<ul style="list-style-type: none"> Ny risk managementsystem som är förbättrat särskilt när det gäller Deepwater Horizon
Introduktion av Nya strategier (I)(M)	<ul style="list-style-type: none"> Hade inte pratat om vilket strategy som de använder 	<ul style="list-style-type: none"> One managementsystem (OMS): för att förbättra utbildning och ska en ny beslutsmatrix Blowout Preventers (BOP): Kan förhindra oljeutsläpp i framtiden
Delvis ansvar (L)	<ul style="list-style-type: none"> Försökte motivera deras höga koldioxidutsläpp 	<ul style="list-style-type: none"> Försökte inte motivera deras höga koldioxidutsläpp
Transparens Mål (I) (L)	<ul style="list-style-type: none"> Inte mycket fokus på transparens mål 	<ul style="list-style-type: none"> Letter to stakeholders Mer fokus på intressenter och att ha en bra kommunikation Hållbarhetsredovisning fick extern granskning av Ernst & Young
Miljö hållbarhet (M)	<ul style="list-style-type: none"> Mycket fokus på minskning av sina koldioxidutsläpp 	<ul style="list-style-type: none"> Fokus istället på sanering och miljö skötsel är prioriterat istället

Adressera skandal (M)	<ul style="list-style-type: none"> • Skandal hade inte hänt än 	<ul style="list-style-type: none"> • Skandalen hade tagits upp flera gånger en detalj fanns inte
-----------------------	---	---

Tabell 5: Hållbarhetsrapporten innehåll före och efter skandalen (BP)

Analys: BP

När vi analyserade BP:s resultat, såg vi att större delen utav uppmärksamheten ägnades åt att upprätthålla legitimiteten efter skandalen. Detta kan ses i **tabell 5**, merparten av uppgifterna efter skandalen faller under koder som är inom legitimitet upprätthållande, *riskbedömning*, *delvis ansvar* och *transparens mål*. Därav la vi märke till att det fanns delar som representerar teman, upprätthållandet av intressenter och miljömässiga upprätthållande, vilket innebär att BP också fokuserade på att adressera intressenterna i deras hållbarhetsredovisning 2010 samt ta itu med skandalen ur miljöupprätthållande synvinkeln. När det gäller miljömässiga upprätthållande hade prioriteringen förändrats från tidigare året, eftersom att efter skandalen under år 2010 var målet rent att rensa upp oljespillet jämfört med år 2009 där prioriteringen istället var främst att minska koldioxidutsläppen.

Lindex (d)

Under år 2017 har Lindex i sin hållbarhetsredovisning en sektion där dem värnar om *arbetsrättigheter* för de anställda i produktionsländerna, där Lindex fokuserar på policyer och vad de kräver av sina samarbetspartner i produktionsländerna. Då företaget säger att de är medvetna om utmaningarna som de ställs inför när de producerar textilt material i produktionsländer, så nämns det att de har ett tillvägagångssätt hur de hanterar negativa påverkan på sociala förhållanden. Lindex menar att de gör skötsam undersökning var 12:e månad på både sociala arbetsrättigheter och miljömässiga aspekter i fabriken. I hållbarhetsredovisningen år 2019 väljer företaget och utveckla hur dem kan värna om *arbetsrättigheter och lagstadgade ramverk för leverantörer* i en ny *riskbedömning* som dem genomför i hållbarhetsredovisningen år 2019. Lindex väljer och utveckla nya *strategier* för hur dem kan utveckla *arbetsrättigheter*. Företaget väljer och dela in *arbetsrättigheter* i 3 nya sektioner hur dem kan utveckla arbetarnas situation i produktionsländerna. Lindex väljer och gå med i ett nytt initiativ som går efter namnet Cottonconnect. Företaget menar att

“The ‘Women in Cotton’ programme trains female cotton farmers in cultivation skills as they transition from growing conventional to organic cotton. They are also trained in business management alongside health, education and labour rights. This presents a valuable opportunity that would not otherwise be available in their communities”. (Lindex 2019, s. 14)

Lindex menar att med det här nya initiativet som dem väljer och ta itu med så är dem med och förbättrar anställdas levnadsvillkor där *Cottonconnect* hjälper företaget och vara *transparenta* slipa på managementfärdigheter, sjukvårdsrätt, *produktansvar* och *arbetsrättigheter*. Däremot säger företaget att de har dragit ner på undersökningarna av underleverantörerna till att det sker per 24:e månad istället för 12:e månad med tanke på ett nytt initiativ som dem valt gå med i.

Kodord	Innehåll inom redovisningen före skandalen (Lindex,2017)	Innehåll inom redovisningen efter skandalen (Lindex,2019)
Riskbedömning (L)	<ul style="list-style-type: none"> Nämner inte mycket om riskbedömning 	<ul style="list-style-type: none"> Introducerar 3 nya sektioner om arbetsrättigheter. En av de sektioner är Cotton connect Cotton connect syftar till och förbättra levnadsstandarderna för anställda
introduktion av nya strategier (S)	<ul style="list-style-type: none"> Nämner att de vill utveckla nya strategier. 	<ul style="list-style-type: none"> Nytt managementsystem med hjälp av cotton connect. Fokuserar på att utveckla färdigheter, produktansvar.
Arbetsrättigheter (S)	<ul style="list-style-type: none"> Nämner inte mycket nämntvärt om arbetares rättigheter. 	<ul style="list-style-type: none"> Cotton connect initiativ. Täcker sjukvårdsrätt. Arbetsrättigheter.
Lagstadgat ramverk (S)	<ul style="list-style-type: none"> Planerat introduktion av ett ramverk. 	<ul style="list-style-type: none"> Cotton connects. Mer fokus på arbetarnas situation.
Adressa Skandalen (S)	<ul style="list-style-type: none"> Adresserar inte skandalen men är medvetna om att fulspel förekommer 	<ul style="list-style-type: none"> Skandalen tas upp men utvecklas inte i lika stor grad.

Tabell 6: Hållbarhetsrapportern innehåll före och efter skandalen (Lindex)

Analys: Lindex

Under analysprocessen för Lindex la vi märke till att klädföretaget valde och omorganisera sin prioritering efter skandalen. Fokuset här låg istället på sociala upprätthållande och hur dem kan främja och tillfredsställa sina intressenter i produktions fabrikerna. Under temat sociala upprätthållande kom kodorden arbetsrättigheter, levnadslöner och lagstadgat ramverk som vi kan se under **tabell 6**. Dock finner vi även i resultatet hur legitimitets upprätthållande speglas i resultatet när vi finner kodorden riskbedömning som ett sätt och visa upp för intressenter som är involverade hur dem tar sig vidare från skandalen och hur dem kan möjligen gå vidare ifrån den. Så när det kom till hur dem kan prioritera och ändra sitt tillvägagångssätt så var fokuset på förbättrade arbetsrättigheter med hjälp av ett lagstadgat ramverk som vi finner i temat sociala upprätthållande.

IKEA (e)

IKEA företaget menar att de värnar om miljön att deras material ska komma från *hållbara områden*. Ikea tar upp den här aspekten i deras hållbarhetsredovisning år 2012 där dem nämner att materialet ska vara av *resurser inom räckhåll* där Ikeas fokus ska ligga på material ska vara av "responsible sourcing". Detta har dock ändrats i företagets hållbarhetsrapport år 2014 när det gäller skandalen som upp kom år 2012 gällande skövling av unika urskog i Ryssland. Företaget introducerade nya planer och *strategier* i hållbarhetsrapporten år 2014 där dem fann en ny samarbetspartner i WWF om hur de kan vara med och utveckla deras skogsaktiviteter så

att det inte drabbar andra människor som det gjorde i den ryska staden Karelia år 2012 och stoppa skövling av unik urskog. I hållbarhetsrapporten 2014 visas glimtar i hur företaget väljer och ta *delvis ansvar* över deras handlingar i Ryssland där de visar hur dem kan utveckla framtida skogsaktiviteter (huggningar) och hur deras tillvägagångssätt kan förbättras även om skogen är miljömärkt med FSC certifiering. Fokuset på *delvis ansvarighet* är inte förekommande lika mycket i Ikeas hållbarhetsredovisning år 2012 jämfört med år 2014. När det kommer till vad intressenter har och säga gällande vad de kräver av företagen hur företagen ska bevara miljö och sociala förhållanden på ett rättvist vis skriver dem i båda hållbarhetsrapporterna år 2012 och 2014 att *transparens* är en viktig komponent för dem. På en fråga om deras ställning mot miljömässiga förhållanden i Ryssland svarade dem

“In February 2014, the FSC certificate for our forestry operations in Karelia, Northern Europe, was temporarily suspended. However, the temporary suspension was withdrawn a few weeks later after the appeal committee judged that a number of the deviations were incorrectly classified”. (Ikea 2014, ss 19)

Ikea menar att de intressenter kräver hur deras handlingar i miljön främst när de gäller hur skogsskövling påverkar andra människor än bara intressenter. Skandalen adresseras i 2014 hållbarhetsredovisning där dem förklarar att de kommer ha en dialog bland annat i form av brev med NGO samt andra intressenter som påverkas av vad Ikea genomför för och bevara miljön.

Kodord	Innehåll inom redovisningen före skandalen (IKEA,2012)	Innehåll inom redovisningen efter skandalen (IKEA,2014)
Transparens Mål (L) (M)	<ul style="list-style-type: none"> • Inte mycket fokus på transparens mål, • Adresserar inte skövling av urskog till sina intressenter • Inget brev till sina intressenter - ingen info om skövling av urskog. 	<ul style="list-style-type: none"> • Februari år 2014 bröt Ikea tystnaden om skandalen. • Tog inte ansvar istället skrev de att urskogen var klassificerade inkorrekt • Brev till intressenter som adresseras. • Dialog med NGO.
Delvis ansvar (L)	<ul style="list-style-type: none"> • Nämner inget om ansvar 	<ul style="list-style-type: none"> • Tar delvis ansvar • År 2014 visade de framsteg i rapporten. • Utveckla tillvägagångssätt
Miljö hållbarhet (M)	<ul style="list-style-type: none"> • Nämner inget om miljö hållbarhet 	<ul style="list-style-type: none"> • Efter att skandalen inträffat utvidgade företaget sitt område och tänka långsiktigt. • Resurser inom räckhåll blev en prioritering. • Fokus på responsible sourcing
Resurser inomräckhåll (M)	<ul style="list-style-type: none"> • Nämner att material ska vara av resurser inom räckhåll. 	<ul style="list-style-type: none"> • Efter skandalen med skövling av urskog så samarbetar de med organisationer som WWF. • Fokus på att inte repetera samma sak.

Tabell 7: Hållbarhetsrapporten innehåll före och efter skandalen (IKEA)

Analys: IKEA

För IKEA gällande analysprocessen, så kom vi fram till att Ikea försöker tillfredsställa flera grupper i de olika sektionerna av våra teman som vi har skapat utifrån kodorden. Ikea pratar i flera mån om transparens mål och delvis ansvar som faller under temat legitimitets

upprätthållande, framstegen dem tar med sina intressenter i intressent upprätthållande samt hur dem kan tillhandahålla resurser inom räckhåll för en hållbar miljö (miljö hållbarhet). Suchman (1995) menar med hjälp av kodorden som vi identifierat som delvis ansvar och transparens mål är ord i ett area som innebär att företagets hållbarhetsrapport året efter att skandalen utbröt visade att de var villiga och visa förbättring och stärka bilden över att vara en legitim organisation. I ett annat tema som miljömässiga upprätthållande såg vi ett förändrat tillvägagångssätt i hur dem kan arbeta för en hållbar miljö där de samarbetar med NGO för hur dem kan arbeta med resurser inom räckhåll och “förstöra” stämplat miljöcertifierat produkt.

KappAhl (f)

KappAhl i sin hållbarhetsredovisning år 2017 introducerade en sektion som behandlade *riskbedömning* där företaget fokuserade på hur dem kan fokusera på att bygga en *hållbar leverantörskedja*. I riskbedömningen för år 2019 i hållbarhetsredovisningen valde företaget och involvera ett nytt ramverk *för underleverantörer* där fokus har lagt på underleverantörernas anställda och deras *arbetsrättigheter* för och undvika en liknande skandal som skedde för KappAhl gällande anställdas *levnadsvillkor* i fabriken. I år 2017 hållbarhetsrapport visas tendenser av hur företagen väljer hantera och ta *delvis ansvar* över dem dåliga *levnadsvillkoren* som förekommer i produktionsländerna. KappAhl hållbarhetsrapport från 2019 skriver företaget att de väljer och fokusera på ett existerande initiativ som dem är med i, *Ethical trading initiative*. Etik initiativet menar företaget att det innebär att de samlar olika organisationer för att motverka dåliga arbetsvillkor för de anställda i underleverantörerna, där företaget säger att de har varit med och utveckla en *strategi* för de här existerande initiativet. I årsrapporten från 2019 skriver KappAhl att *strategin* är baserat på QuizRR som är ett interaktivt digitalt verktyg med skraddarsydda hållbarhetsutmaningar för anställda i fabriken. I KappAhl hållbarhetsrapport från 2017 har företaget även intressentdialoger med intressenter som är involverade i företagen, där de diskuterar hur *transparens* ska uppvisas. I hållbarhetsrapporten från 2019 har företaget valt och ta med en väsentlighetsanalys som speglar deras hållbarhetsstrategi och frågor, om vad dem gör och hur dem uppfyller intressenternas förväntningar på företagets sociala och miljömässiga strategiska påverkan. Gällande skandalen så säger KappAhl att de är medvetna om problemen som finns i produktionsländerna med hänsyn till *levnadsvillkoren* och skandalen. Företaget menar i hållbarhetsrapporten från 2019 att fokuset borde ligga på att fixa problemet istället för och adressera skandalen och se vad som ligger bakom problemet.

Kodord	Innehåll inom redovisningen före skandalen (Kappahl,2017)	Innehåll inom redovisningen efter skandalen (Kappahl,2019)
Riskbedömning (L)	<ul style="list-style-type: none"> Fokus på att bygga en hållbar leverantörskedja. 	<ul style="list-style-type: none"> Utveckla ett nytt ramverk. Fokus på underleverantörer och anställda.
Delvis ansvar (L)	<ul style="list-style-type: none"> Tendenser av delvis ansvar. Medger om dåliga arbetsvillkor förekommer. 	<ul style="list-style-type: none"> Ingår i ett nytt initiativ ETI. Ethical trading initiative Står bakom att motarbeta sämre villkor

Transparens mål (L) (I)	<ul style="list-style-type: none"> • Visar upp en transparens dialog med sina intressenter 	<ul style="list-style-type: none"> • Nytt delprojekt startas i form av väsentlighetsanalys. • Visar hur dem uppfyller förväntningar hos anställda.
Etik (L)	<ul style="list-style-type: none"> • Etik nämns inte, inget fokusområde då 	<ul style="list-style-type: none"> • Ny etiknitiativ
Adressera skandal (S)	<ul style="list-style-type: none"> • Skandal hade inte hänt än 	<ul style="list-style-type: none"> • Medveten av skandalen • Få bukt med problemen snabbt som möjligt • Fokus på att fixa istället för och adressera.
Arbetsrättigheter (S)	<ul style="list-style-type: none"> • Nämner fåtal gånger om arbetares rättigheter 	<ul style="list-style-type: none"> • Med införande av det nya ramverket fokuserar KappAhl än mera på de anställdas.

Tabell 8: Hållbarhetsrapporten innehåll före och efter skandalen (KappAhl)

Analys: KappAhl

I analysfasen till KappAhl la vi märke till att företaget försöker upprätthålla sin legitimitet efter skandalen. Merparten av kodorden hamnar under legitimitets temat vilket stöds i tabellen ovanför (**Tabell 8**). Dock fanns det kodord som även föll under sub temat sociala upprätt hållanden bland annat arbetsrättigheter. Att KappAhl la fokus på ord som riskbedömning, delvis ansvar, etik och transparens mål visade att dem la mer fokus på intressenterna och adressera dem i deras hållbarhetsrapport år 2019. När det gällde arbetsrättigheterna för de anställda ändrades prioriteringen från att nämna det ett fåtal gånger till att introducera ett helt nytt ramverk som ska främja dem anställda.

Stora-Enso (g)

När det kom till *etik* i Stora Ensos hållbarhetsrapport från år 2014 som publicerades år 2015 dedikerade företaget en hel sektion i vad de försöker uppnå med sin *affärsetik*. Sektionen för *etik* har en stor utgångspunkt för hur dem kan främja hållbarhetsarbetet i länder dem producerar. I sektionen för hållbarhetsrapporten år 2016 ingår 3 delar som identifierar *etiska aspekter*, *mänskliga rättigheter*, *affärsetik* och samhällsengagemang. Dessa 3 komponenter använder företaget för att redovisa hur de arbetar med hållbarhetsredovisningen och visa att *transparens* är ett vis och visa de inte brister i tillit för sina intressenter. Året efter en skandal väljer företaget och fokusera mer på hur deras *etik* kan vidareutvecklas, där benämner företaget Stora Enso ytterligare sektion i hållbarhetsrapporten år 2016 att de intensifierar och anstränger sitt hållbarhetsarbete i länder där det finns större frågetecken om hur de arbetar med *etiska* frågor.

Storföretag som Stora Enso tenderar till att visa upp sina framgångar i hållbarhetsrapporteringen för sina intressenter och 2014 årsrapport var inget undantag. Stora Enso nämner att *mänskliga rättigheter* för anställda är en avgörande karaktäristisk utgångspunkt. Stora Enso däremot satte ihop handlingsplaner för att motverka arbetet mot inskränkning av *mänskliga rättigheter* i arbetsmiljön, men fokuserar inte på *barnarbete* i lika hög grad. När det kom till 2016 hållbarhetsrapporten presenterade de resultatet av deras

handlingsplaner som de satte ihop där de stolt uppvisa 86 % av deras handlingsplaner och åtgärder gentemot *mänskliga rättigheter* blivit uppfyllda. Dessutom visade 2016 hållbarhetsrapport *transparens* gentemot intressenter och hur dem sätter upp åtgärder mot *barnarbete*. I hållbarhetsrapporten 2016 menar Stora Enso att med hjälp av icke statliga organisationer fått bukt med *barnarbete* med hjälp av en strategi som tagits fram med de icke statliga organisationerna. I 2016 hållbarhetsrapport tog de fram riktlinjer för att försäkra anställda och intressenter som berörs att de identifiera riskområden där *barnarbete* kan förekomma och ta kraftiga handlingar.

Kodord	Innehåll inom redovisningen före skandalen (Stora Enso, 2014)	Innehåll inom redovisningen efter skandalen (Stora Enso, 2016)
Etik (L)	<ul style="list-style-type: none"> Inleder med en hel sektion om etik 	<ul style="list-style-type: none"> Intensifierar sitt etiska arbete i företaget Identifierar ytterligare 3 sektioner om etik.
Transparens mål (S) (I)	<ul style="list-style-type: none"> 3 sektionerna om etik fungerar som en "blueprint". 	<ul style="list-style-type: none"> Replikerar sitt svar från föregående hållbarhetsrapporten
Barnarbete (S)	<ul style="list-style-type: none"> Nämner inte märkbart mycket om barnarbete, 	<ul style="list-style-type: none"> Barnarbete blir ett större fokusområde för företaget. Involvera NGO som hjälp. Riktlinjer tas fram för och identifiera riskområden.
Adressera skandal (S)	<ul style="list-style-type: none"> Skandal hade inte hänt än 	<ul style="list-style-type: none"> Nämner att de har identifierat riskområden Vid risk med barnarbete sker samarbete med NGO organisationer.

Tabell 9: Hållbarhetsrapporten innehåll före och efter skandalen (Stora Enso)

Analys: Stora Enso

När vi analyserade Stora Ensos hållbarhetsrapport hamnade två teman som fokusområde. Sociala upprätthållande där dem skriver om kodorden som vi identifierat mänskliga rättigheter. Just dessa två kodorden fick en större betydelse i hållbarhetsredovisningen året efter skandalen. Vilket bevisar att företaget aktivt försöker tillfredsställa intressenter som faller in under sociala upprätthållande. Även under temat legitimitet upprätthållande så menar forskarna Ashford & Gibbs (1980) att företaget med hjälp av substantiellt management ändrar konstant sin riktning om etiska frågor, där dem intensifierar och anstränger sitt hållbarhetsarbete i länder där det finns större frågetecken om hur de arbetar med *etiska* frågor för och stärka sin legitimitet.

Shell (h)

I hållbarhetsredovisningen år 2014 har Shell ett avsnitt som diskuterar kvalitetssäkring som faller under *riskbedömning* som upprepas i 2015 hållbarhetsrapport. Deras *socioekonomiska utveckling* både under år 2014 och 2015 innebar nya vägar som byggdes i deras samhälle som även förhindrade metanutsläpp och läckage. I rapporten från år 2014 finns det ett brev från ordföranden för Shell i Nigeria som påpekar till intressenterna om oljespill förhindrande åtgärder och ekonomiska bidrag till nigerianer som drabbats av skandalen, där det också nämns

att åtgärderna kan ses som en *kompensation* för tidigare stölskador. Detta nämns återigen i hållbarhetsredovisningen 2015 där huvudfokus är att stoppa stöld och läckor av råolja, men skandalen behandlas eller adresseras aldrig i 2015 hållbarhetsredovisning. Istället väljer Shell och fokusera mer på *transparens* och att lyssna på samhällets oro när det gäller läckor. I Shell hållbarhetsredovisning från år 2015 *tar de upp skandalen*, men att de behandlar den indirekt genom att påpeka att oljeutsläppet rengörs och hanteras. Skulden för utsläppet läggs också på externa faktorer som oljebarer där Shell tar inget ansvar.

Kodord	Innehåll inom redovisningen före skandalen (Shell, 2014)	Innehåll inom redovisningen efter skandalen (Shell, 2015)
Riskbedömning (L)	<ul style="list-style-type: none"> Diskussion om Kvalitetssäkring 	<ul style="list-style-type: none"> Diskussion om Kvalitetssäkring, inga stora ändringar
Socioekonomisk utveckling (L)	<ul style="list-style-type: none"> Pratar om att bygga nya vägar Minska metanutsläpp och läckage 	<ul style="list-style-type: none"> Pratar om att bygga nya vägar Minska metanutsläpp och läckage
Kompensation (M)	<ul style="list-style-type: none"> Kompensation till nigerianer som blev påverkad av skandalen 	<ul style="list-style-type: none"> Kompensation till nigerianer som blev påverkad av skandalen Fokus på att stoppa stöld och läckor av råolja
Transparens mål (L)	<ul style="list-style-type: none"> Inte mycket fokus på transparens 	<ul style="list-style-type: none"> Pratar om hur de har målet att lyssna på samhällets oro gällande läckor och håll de uppdaterad
Adressera Skandalen (M)	<ul style="list-style-type: none"> Skandal hade inte hänt än 	<ul style="list-style-type: none"> Tar upp skandalen på ett indirekt sätt Tar inte ansvar för skandalen, säger att det var beroende av externa faktor

Tabell 10: Hållbarhetsrapporten innehåll före och efter skandalen (Shell)

Analys: Shell

Jämfört med den andra organisationens hållbarhetsredovisningar är Shell en avvikelse eftersom de flesta företag har gjort flera förändringar i deras hållbarhetsredovisningar. Detta är inte fallet med Shell eftersom det inte är för många förändringar från ett år till ett annat.

Som man kan se **Tabell 10**, inom koderna *riskbedömning*, *socioekonomiska utveckling* och *kompensation*, finns det nästan inga skillnader i innehållet före och efter skandalen. Det finns emellertid vissa skillnader eftersom deras redovisning berör det faktum att de kommer att försöka vara transparenta i sina aktiviteter som kan ge dem legitimitet. De hanterar också teman miljömässigt upprätthållande genom att nämna att helvetet kommer att rensa upp läckorna orsakade av dem och också ta itu med skandalen. Detta görs dock på ett indirekt sätt genom att skylla på externa faktorer istället för att acceptera deras fel.

7.0 Diskussion

I diskussionsavsnittet kommer vi att presentera de vi observerat utifrån vårt resultat och utvärdera dem i enlighet med teorin vi presenterat i avsnitt 3: Teori.

7.1 Symbolisk management mot Substantiell management

Som tidigare diskuterats i teoridelen finns det olika management stilar som organisationer kan sträva efter enligt legitimitetsteorin, där två av dessa är symboliskt management och substantiellt management. I den första kommer vi teoretisera kopplingen mellan symboliskt management och substantiellt management till hållbarhetsredovisningar som vi har presenterat i våra resultat.

Trenden som vi har funnit i vår analys utav resultatet var att alla organisationer verkar presentera ett mer symboliskt sätt att hantera sin hållbarhetsredovisning före skandalen, eftersom deras felaktiga framställning av vissa metoder hur de presenterar sin hållbarhetsstrategi inte riktigt föll i smaken hos intressenterna. Ett exempel som vi kan nämna är Volkswagen med felaktig information om koldioxidutsläppens data i vissa modeller, vilket ledde till att de här företaget gick igenom en skandal. Efter en skandal var den underliggande trenden enligt hållbarhetsredovisningar för de företag vi har analyserat att företagen byter till ett mer substantiellt sätt att leda för att försöka upprätthålla sin legitimitet. I avsnitten nedan ska vi diskutera vilka dessa trender var och hur de ansluter till legitimitetsteorin.

När organisationerna går från en symbolisk till ett substantiellt management enligt våra resultat, syftar organisationerna till att ta itu med både kognitiv och moralisk legitimitet när de försöker vädja till sina intressenter samtidigt som de försöker förneka skadorna som skandalerna har gjort. Detta kan man se i **Figur 1** där ledningen försöker reparera sin skadade legitimitet genom att försöka fixa den inre miljön.

7.2 Brev till intressenterna

En trend som vi hade märkt i 4 av de 8 var en förekomst av ett brev till intressenterna från Vd:n som specifikt skulle adressera skandalen och vädja till intressenterna för att legitimera de händelser som har inträffat. De organisationer som hade dessa brev till intressenterna var Volkswagen, BP, H&M och Stora Enso. Som nämnts tidigare följde dessa brev alla en liknande formulering där de först tog upp skandalen och ber om ursäkt för det, och sedan fortsatte de att fokusera på förtroende- och säkerhetsfrågor med stort fokus på intressenten, där vi kan se med British petroleum (BP) med de här citatet:

“Our task now is to earn back the trust that was lost and build a sustainable BP for the future” (BP 2010, s.2)

Dessa brev i början satte ton för deras hållbarhetsredovisning som var ursäktande och fokuserade på framtiden. De berörde alla teman som befanns i **Tabell 1** som fokuserar på legitimitet upprätthållande, intressent upprätthållande och synvinkeln på en skandal enligt företagets egen beskådning genom inkapsling av flera koder som Riskbedömning, transparens Mål, introduktion av nya strategier. Fokuset på intressenterna är en typ av betydande förvaltning enligt Sutton & Callahan (1987), där företagen försöker vädja till sina intressenter och läsarna genom att ta ansvar på grund av den yttre pressen i att "göra vad som är rätt" av

samhället då det kan leda till att företag tappar sin legitimitetstatus. Intressant nog skrevs dessa brev till intressenterna bara när skandalen hade varit tillräcklig stor och varit täckt av median.

7.3 Skandal ansvar

I ett tidigare teoriavsnitt diskuterade vi i teoriavsnittet termen “Cermonial conformity” som Sutton och Callahan (1987) tog upp. Enligt resultatet på vår studie så visar statistiken att flera företag väljer och använda sig av delvis ansvar som ett vis och tygla deras emotionella sida, företaget tenderar och visa upp att de är medvetna om fel som dem har begått. Dock ställde vi oss frågan vad det är som ligger bakom att endast ta ett delvis ansvar över sina handlingar? Här fäster vi inte oss i att faktumet att de är storbolag och ber dem ta sitt ansvar utan snarare att de handlar om att alla ska ta varsitt ansvar. Exempelvis finner vi i textilindustri företag som H&M, KappAhl och Lindex som inte äger några fabriker väljer och skifta fokus och nämna att underleverantörerna även dem har ett ansvar vilket vi har sett i företagen som vi har undersökt. Vi däremot tror att det är ett sätt och avleda skulden och försöka sopa det under mattan som ett sätt och avleda all uppmärksamhet dem drar till sig. I enlighet till vårt resultat fanns det ett samband mellan den organisatoriska respons och dess giltighet på skandalen. Flera stora skandaler, bland annat Volkswagen utsläppsskandal eller BP:s oljeutsläppsskandal resulterade till högre röster gällande deras ansvar kring vad som orsakat skandalerna i deras hållbarhetsredovisning som demonstreras i resultatet och analysen för både **Volkswagen (a)** och **BP (d)**. Mindre skandaler med mindre uppenbara konsekvenser som Shell (h) skandalen skulle individer och intressenter vara mindre benägna till att ta itu med de i hållbarhetsredovisningen.

7.4 Intressent upprätthållande

En annan betydande trend som vi la märke till i resultaten var överflödet att försöka upprätthålla eller förbättra relationen mellan organisationen och intressenterna. Den här trenden kan återses i flera årsrapporter och kännetecknas av koderna som finns under etiketten ”Intressent upprätthållande” i **Tabell 1**. Den underliggande trenden som nämnts är övergången från symbolisk förvaltning till en mer betydande ledning som sätter intressenternas behov som prioritering nummer 1 i företag som Volkswagen, BP och KappAhl. Att återupprätta förtroende var ett nyckelord som företagen betona i sina hållbarhetsrapporter. Vi tror att detta förtroende tema är ett sätt och legitimera företaget för sina intressenter och är en del av den strategiska legitimitetsteorin (SLT). Eftersom ett företags vilja att låta intressenterna reglera sina processer gör de det möjligt för den interna funktionen att vara mer transparent. Denna vädjan till intressenter kan också vara ett försök att utveckla en extern legitimitetnivå genom att använda intressenter som en form av extern revisor för ett företags verksamhet och därmed agera på en institutionell legitimitet (ILT) teorinivå. När vi försökte analysera varför det finns en så stor koncentration av att tilltala intressenterna måste vi ta hänsyn till Visser et al (2010) syn på intressentteorin som påpekar att intressenter står för en stor andel av företagets konsumenter, producenter och investerare. Följaktligen påverkar intressenterna negativa skador på ett företags legitimitet. Hasnas (2012) vidare förklarar att affärsverksamhet och etik är beroende av varandra, följaktligen skulle en organisation som avviker från intressenternas etik logiskt leda till minskad verksamhet. Detta skulle leda till att intressenter prioriteras i hållbarhetsrapporter.

7.5 Legitimitets upprätthållande

Vid observation kring *tabell 3, 5, 7* och *8* ökar diskussionen kring temat *Legitimitet upprätthållande* inom hållbarhetsrapporten. Detta kan exemplifieras i *Tabell 7* som visar en ökning av innehållet i hållbarhetsredovisningen gällande kodorden "transparens mål" för IKEA, eller i *Tabell 3* med en ökning av innehållet för kodorden "produktansvar" för Volkswagen. Ökningen av innehållet innebär att legitimitet upprätthållande kan ses som ett annat vis att gå mötes en annan väsentlig förvaltning samt att vi går in i ett skede av kognitiv legitimitet för att reparera skadorna (*Figur 1*).

7.6 Vikten av eftertänksamhet

Genom analysen av hållbarhetsrapportering från flera företag året före och efter en skandal har vi kommit till insikt att eftertänksamhet är av yttersta relevans. Vi kan inte säga om management systemet är symboliskt eller substantiell förrän en stor skandal uppstår som visar oss fel i ett företags hanteringssystem. Det finns också begränsningar när det gäller att förstå vad som presenteras i hållbarhetsrapportering och vad som lämnas utanför. Så eftertänksamhet hjälper till att avslöja en organisations brister, men kommenterar inte särskilt organisationens nuvarande tillstånd.

8.0 Slutsats och framtida forskning

Den här studien som har genomförts på 8 företags hållbarhetsredovisning har visat hur stor påverkan en skandal har på företagen och hur dem kan "återuppliva" sin legitimitet. Hållbarhetsredovisningen visar efter att en skandal inträffat så byter företagen strategi från att vara och ha en mer symbolisk managementinriktning till att ha ett mer substantiell management stil med fokus på att vinna tillbaka förtroendet som har skadats hos intressenterna och reparera sin legitimitet. Att företagen även tar ansvar över deras handlingar är något som betonas i hållbarhetsredovisningen för och tygla och visa att dem är fullt medvetna om misstagen som dem har varit med och skapat. Tendenserna som vi ser är att flera företag försöker i viss mån skifta fokus bland annat företagen som är involverade i textilindustrin. Även om dem visar upp delvis ansvar så visar ändå de flesta företagen upp någon form av ansvar. Själva betydelsen av legitimitets upprätthållande tar även den ett större steg in i hållbarhetsredovisningen. Intressent Upprätthållande är även det en fokuspunkt för företagen i hur dem övergår från ett system till ett annat, i de här fallet till mer fokus baserad på ledning och lämna den symboliska förvaltningen som dem har innehaft. Eftertänksamhet är även något som bedrivs men som endast dyker upp till ytan under en skandal, och blir relevant. Management systemet kan då skifta fokus i vad som presenteras i hållbarhetsredovisningen och hur sannolikt det är.

I vår forskning utvärderade vi hållbarhetsrapportera endast året före och året efter att skandalerna inträffat för att se hur ett företag skulle kompensera för att bevisa sig vara legitima. En riktning för framtida forskning kan inkludera en blandning av kvalitativ och kvantitativ forskning för att se hur ansträngningar vidtas för att reparera legitimiteten och hur det kan påverka lönsamheten de kommande åren. En sådan utredning kan också göras med hjälp av en fallstudie med flera organisationer som närmast sig en reparation av legitimiteten i företagen. Studien skulle tjäna som ett effektivt sätt att mäta legitimitet.

Vår forskning har sina begränsningar eftersom resultaten inte kan tillämpas på en specifik bransch eftersom de härstammar från företag inom textil-, olje- och detaljhandel industrin. En fallstudie som endast skulle ta itu med en bransch skulle ge fler resultat och trender som är branschspecifika såsom *CSR rapportering som svar på större flygolyckor, en legitimitet baserad studie* av *Vourvachis et al (2016)* i avsnitt 2.3. Den här kvalitativa forskningen skulle kunna undersöka oljeindustrin eftersom det finns flera homogena skandaler inom det området för att få en djupare förståelse av vad dessa företag syftar till att fokusera på i deras CSR-rapportering.

Referenslista.

- About.hm.com. 2020. [online]
<https://about.hm.com/content/dam/hmgroup/groupsite/documents/sv/hmway/HM%20Way_sv.pdf> [2020-05-21].
- Ashforth, B. and Gibbs, B., 1990. The Double-Edge of Organizational Legitimation. *Organization Science*, 1(2), pp.177-194.
- Bagge, P., 2012. *Ikea Avverkar Unik Urskog – I Skydd Av Miljöflagg*. [online] SVT Nyheter. <<https://www.svt.se/nyheter/granskning/ug/ikea-avverkar-unik-urskog-i-skydd-av-miljoflagg>> [2020-05-23].
- BBC News. 2014. *BP Guilty Of 'Gross Negligence'*. [online] <<https://www.bbc.com/news/business-29069184>> [2020-05-01].
- Berg, J., 2020. *Kalla Fakta Svarar På H&M:S Kritik Mot Granskningen - Kalla Fakta - Tv4.Se*. [online] tv4.se.: <<https://www.tv4.se/kalla-fakta/artiklar/kalla-fakta-svarar-p%C3%A5-hms-kritik-mot-granskningen-5088311504bf7214a3000004>> [2020-05-21].
- Bryman, A. and Bell, E., 2017. *Företagsekonomiska Forskningsmetoder*. 5th ed. Stockholm: Liber.
- Burlea-Schiopoiu, A. and Popa, I., (2013). Legitimacy Theory. *Encyclopedia of Corporate Social Responsibility*, 1, s.1579-1584 [2020-04-15]
- BP (2009). *BP Sustainability Review 2009*. https://www.bp.com/content/dam/bp/business-sites/en/global/corporate/pdfs/sustainability/archive/archived-reports-and-translations/2009/bp_sustainability_review_2009.pdf [online]
- BP (2010). *BP Sustainability Review 2010*. https://www.bp.com/content/dam/bp/business-sites/en/global/corporate/pdfs/sustainability/archive/archived-reports-and-translations/2010/bp_sustainability_review_2010.pdf [online]
- Chakravarthy, B., 2019. Free Up Sustainability Reporting To Boost The Triple Bottom Line. [online] IMD business school. [2020-10-03]
- Dagens Industri, 2014. *Dagens Industri: Det Bästa Från Veckans Affärer*. [online] Dagens industri. <<https://www.va.se/nyheter/2014/03/05/avslojande-stora-enso-och-barnarbetarna/>> [2020-05-09]
- Deegan, Craig (2002) The legitimising effect of social and environmental disclosures a theoretical foundation Vol (15) 282-311. [2020-05-15]
- Europeiska. Kommission (2015). Corporate Social Responsibility & Responsible Business Conduct. European Commission. [online] <https://ec.europa.eu/growth/industry/sustainability/corporate-social-responsibility_en> [2020-05-18]

Eugenio, T., Lourenco, I., Morais, A. and Branco, M., 2015. The Impact of Media Pressure on Corporate Sustainability in the Cement Industry: A Portuguese Case Study. *Caspian Journal of Applied Sciences Research*, 4(3), s.25-35. [2020-04-07]

Ferns, B., Emelianova, O. and Sethi, S., 2008. In His Own Words: The Effectiveness of CEO as Spokesperson on CSR-Sustainability Issues – Analysis of Data from the Sethi CSR Monitor©. *Corporate Reputation Review*, 11(2), s.116-129. [2020-04-03]

Groysberg, B., Lin, E., Serafeim, G. and Abrahams, R., 2020. *Working For A Scandal-Tainted Company Hurts Your Future Earnings*. [2020-05-16].

H&M (2011) H&M CONSCIOUS ACTIONS sustainability report 2011

H&M (2013) H&M CONSCIOUS ACTIONS sustainability report 2013

Hotten, R., 2015. *Volkswagen: The Scandal Explained*. [online] BBC News. <<https://www.bbc.com/news/business-34324772>> [2020-05-02]

Hultin, T., 2015. *H&M-Fabriker Är Fortfarande Dödsfallor | Svd*. [online] SvD.se. <<https://www.svd.se/hm-fabriker-i-bangladesh-fortfarande-dodsfallor>> [2020-05-25].

IKEA (2012) IKEA Group sustainability report 2012

IKEA (2014) IKEA Group sustainability report 2014

Jung, J. and Sharon, E., 2019. The Volkswagen emissions scandal and its aftermath. *Global Business and Organizational Excellence*, 38(4), s.6-15. [2020-04-25]

KappAhl (2017) Mode är en känsla. Vi hjälper våra kunder att hitta den. Hållbarhetsrapport 2017.

KappAhl (2019) Hållbarhetsrapport 2019.

Lindex (2017) Hållbarhetsrapport 2017.

Lindex (2019) Sustainability report 2019.

Martínez-Ferrero, J. and García-Sánchez, I., 2017. Coercive, normative and mimetic isomorphism as determinants of the voluntary assurance of sustainability reports. *International Business Review*, 26(1), s.102-118. [2020-05-16]

Maurer, J., 1971. Readings in Organizational Theory: Open-Systems Approaches. *Social Forces*, 51(2), p.242.

Moravcikova, K., Stefanikova, E. and Rypakova, M., 2015. CSR Reporting as an Important Tool of CSR Communication. *Procedia Economics and Finance*, 26, s.332-338. [2020-04-18]

Nord, W., 2020. The Study of Organizations through a Resource—Exchange Paradigm. *Social exchange*, s.119-139. [2020-05-7].

- Nestle.com. 2020. *Responsible Sourcing Of Seafood - Thailand*. [online] <https://www.nestle.com/sites/default/files/asset-library/documents/library/documents/corporate_social_responsibility/nestle-seafood-action-plan-thailand-2015-2016.pdf> [2020-04-29]
- NOAA, 2017. *Deepwater Horizon: Effect On Marine Mammals And Sea Turtles*. [online] Oceanservice.noaa.gov. <https://oceanservice.noaa.gov/news/apr17/dwh-protected-species.html> [2020-05-02].
- Patel, R. and Davidson, B., 2019. *Forskningsmetodikens Grunder*. 5th ed.
- Pohl, M. and Tolhurst, N., 2011. *Responsible Business*. Hoboken: Wiley.
- Radzi, N.A.M., Lee, K.E., Halim, S.A. & Siwar, C. (2018). What Drives Them to Do CSR? Another Empirical Study of CSR Motives from the Perspective of the Internal and External Stakeholders, *International Information Institute (Tokyo).Information*, vol. 21, no. 3, s.909-928 [2020-04-02]
- SHELL (2014). *Royal Dutch Shell plc Sustainability Report 2014*.
- SHELL (2015). *Royal Dutch Shell plc Sustainability Report 2015*.
- Schreier, M., 2013. *Qualitative Content Analysis In Practice*. London: SAGE.
- Suchman, M., 1995. Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. *Academy of Management Review*, 20(3), s.571-610. [2020-04-29]
- Storaenso.com. 2020. *About Stora Enso*. [online] : <<https://www.storaenso.com/en/about-stora-enso>> [2020-05-23].
- Stora Enso (2014) Sustainability Report Part of Stora Enso's Annual Report 2015.
- Stora Enso (2016) Sustainability Report Part of Stora Enso's Annual Report 2016.
- Sutton, R. and Callahan, A., 1987. The Stigma of Bankruptcy: Spoiled Organizational Image and Its Management. *Academy of Management Journal*, 30(3), s.405-436. [2020-05-01]
- Svd.se. 2012. *H&M Anklagas För Att Betala Slavlöner*. [online] <<https://www.svd.se/hm-anklagas-for-att-betala-slavlöner>> [2020-05-26].
- Székely, N. and vom Brocke, J., 2017. What can we learn from corporate sustainability reporting? Deriving propositions for research and practice from over 9,500 corporate sustainability reports published between 1999 and 2015 using topic modelling technique. *PLOS ONE*, 12(4), [2020-05-15]
- Tv4.se. 2020. *Kalla Faktas Granskning Av Stora Enso Nominerad Till Kristallen - Kalla Fakta - Tv4.Se*. [online] <<https://www.tv4.se/kalla-fakta/artiklar/kalla-faktas-granskning-av-stora-enso-nominerad-till-kristallen-53f1cdd4c45948622a000044>> [2020-05-16].

TV4. 2012. *Kalla Fakta Avslöjar Slavliknade Miljö På H&M-Fabrik - Nyheterna - Tv4.Se.* [online] <<https://www.tv4.se/kalla-fakta/artiklar/kalla-fakta-avslöjar-slavliknade-miljö-på-hm-fabrik-5087873904bf7255f6000013>> [2020-05-26].

Vourvachis, P., Woodward, T., Woodward, D. and Patten, D., 2016. CSR disclosure in response to major airline accidents: a legitimacy-based exploration. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 7(1), s.26-43. [2020-05-09]

Volkswagen (2014). *VOLKSWAGEN Sustainability Report 2014.*

Volkswagen (2016). *VOLKsWAGEN Responsible and Change - Sustainability Report 2016.*