



GÖTEBORGS UNIVERSITET
HANDELSHÖGSKOLAN

REDOVISNING AV VÄSENTLIGHETSANALYS – KAN
MAN SE INFLUENSER AV INTEGRERAD
RAPPORTERING?

EN DISKURSANALYS AV FYRA FÖRETAG INOM KLÄDBRANSCHEN

KANDIDATUPPSATS I FÖRETAGSEKONOMI

EXTERNREDOVISNING

VÅRTERMINEN 2016

HANDLEDARE: SVETLANA SABELFELDT

FÖRFATTARE: SOFIE BIRKELDT & FRIDA HAMMARSTRAND



SAMMANFATTNING

Examensarbete i företagsekonomi, Handelshögskolan vid Göteborgs Universitet, Externredovisning, Kandidatuppsats, VT 2016

Författare: Sofie Birkfeldt och Frida Hammarstrand

Handledare: Svetlana Sabelfeldt

Titel: Redovisning av väsentlighetsanalys – Kan man se influenser av integrerad rapportering? – *En diskursanalys av fyra företag inom klädbranschen.*

Bakgrund och problem: Företag förväntas idag ta ett ekonomiskt ansvar, såväl som ett socialt och miljömässigt ansvar. Hållbarhetsredovisning har därför ökat i omfattning och vidare har nya riktlinjer och regler introducerats på området. Studien fokuserar på framställandet av väsentlighetsanalys med utgångspunkt i GRI:s riktlinjer samt i <IR> ramverkets riktlinjer. GRI är den mest använda standarden för hållbarhetsredovisning idag och <IR> ramverket introducerades år 2013. GRI:s senaste version, G4, har liksom <IR> ramverket ett större fokus på väsentlighetsanalys, vilket är en komplex del av hållbarhetsrapporteringen där interna och externa faktorer måste tas i beaktande.

Syfte: Syftet med uppsatsen är att undersöka om fyra svenska klädföretag har ändrat sitt sätt att redovisa väsentlighetsanalys efter introduktionen av ramverket <IR> år 2013. Studien fokuserar på att se om företagen har anammat idéerna i ramverket, och i sådana fall, på vilket sätt?

Avgränsningar: I uppsatsen studerades endast begreppet väsentlighet utifrån GRI:s och <IR> ramverkets definitioner. Ytterligare definitioner finns i andra ramverk men dessa normgivare fokuserar framförallt på finansiell rapportering, och har därmed exkluderats i denna studie.

Metod: Genom en diskursanalys har årsredovisningar och hållbarhetsrapporter utställda av de fyra undersökta klädföretagen från åren 2012, 2013 och 2014 analyserats. En kvalitativ metod användes sedan för att skapa en checklista över aspekter vi sökt efter i rapporterna och för att vidare se huruvida företagens rapportering har influerats av <IR> ramverkets definition av väsentlighet. Varje enskilt företags rapporter har analyserats i kronologisk ordning där resultatet har kunnat visa eventuella förändringar i företagets väsentlighetsanalys över tid. Det empiriska materialet analyserades sedan utifrån tidigare studier och erkända teoretiska perspektiv.

Resultat och slutsatser: Klädföretags information i årsrapporter och hållbarhetsredovisningar om väsentlighetsarbetet och intressentdialog har sedan år 2012 ökat i omfattning. Denna utveckling kan till viss del härledas till introduktionen av <IR> ramverket, där väsentlighetsanalysen speglar de principer som återges i ramverket.

Förslag till fortsatt forskning: En intressant påbyggnadsstudie hade varit att undersöka samma område med en ny metod, förslagsvis genom en intervjustudie. På så sätt kan området utforskas mer djupgående och ge läsaren en bild utav hur väsentlighetsarbetet går till internt på företagen. Ett annat förslag till fortsatt forskning är att studera en annan bransch och se vilka väsentliga aspekter som prioriteras där.

Nyckelord: Väsentlighetsanalys, integrerad rapportering, GRI, <IR>, intressent, hållbarhet



INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1 INLEDNING	5
1.1 BAKGRUND.....	5
1.1.1 VÄSENTLIGHET (MATERIALITY).....	5
1.2 PROBLEMDISKUSSION.....	6
1.2.1 FORSKNINGSPRÅG.....	7
1.3 SYFTE.....	7
1.4 AVGRÄNSNINGAR.....	7
2 TEORETISK REFERENSRAM	8
2.1 HÅLLBARHETSREDOVISNING.....	8
2.2 GRI – GLOBAL REPORTING INITIATIVE.....	9
2.3 INTEGRERAD RAPPORTERING.....	9
2.3.1 RAMVERKET <IR>.....	10
2.4 VÄSENTLIGHET – EN JÄMFÖRELSE MELLAN GRI OCH IIRC.....	11
2.4.1 DEFINITION AV VÄSENTLIGHET.....	11
2.4.2 DEFINITION AV INTRESSETER.....	12
2.4.3 PROCESS FÖR FRAMTAGANDE AV VÄSENTLIGHETSANALYS.....	12
2.4.4 TABELL: GRI VS. <IR>.....	13
2.5 TIDIGARE STUDIER KRING ÄMNET.....	13
2.6 TEORIER.....	15
2.6.1 INSTITUTIONELL TEORI.....	15
2.6.2 INTRESSENTTEORIN.....	16
2.7 SAMMANFATTNING AV TEORETISK REFERENSRAM.....	18
3 METOD	18
3.1 DISKURSANALYS SOM METODVAL.....	19
3.2 VAL AV BRANSCH.....	19
3.3 VAL AV FÖRETAG.....	20
3.4 INSAMLING AV MATERIAL.....	21
3.5 BEARBETNING AV MATERIAL.....	21
3.6 ANALYS AV MATERIAL.....	22
3.7 RELIABILITET OCH VALIDITET.....	22
4 EMPIRI	23
4.1 H&M.....	24
4.1.1 VÄSENTLIGHETSANALYS.....	24
4.1.2 INTRESSETER.....	25
4.1.3 HÅLLBARHET I ÅRSREDOVISNING.....	26
4.1.4 TABELL ÖVER H&M.....	26
4.2 LINDEK.....	28
4.2.1 VÄSENTLIGHETSANALYS.....	28
4.2.2 INTRESSETER.....	29
4.2.3 HÅLLBARHET I ÅRSREDOVISNING.....	29
4.2.4. TABELL ÖVER LINDEK.....	30
4.3 MQ.....	31
4.3.1 VÄSENTLIGHETSANALYS.....	32
4.3.2 HÅLLBARHETSOMRÅDEN SOM MQ FOKUSERAR PÅ.....	32
4.3.3 INTRESSETER.....	32
4.3.4 HÅLLBARHET I ÅRSREDOVISNING.....	32
4.3.5 TABELL ÖVER MQ.....	33
4.4 KAPPAHL.....	34
4.4.1 VÄSENTLIGHETSANALYS.....	35
4.4.2 INTRESSETER.....	36



4.4.3 HÅLLBARHET I ÅRSREDOVISNING	36
4.4.4 TABELL ÖVER KAPPAHL	36
5 DISKUSSION	38
5.1 VÄSENTLIGHETSANALYSENS UTVECKLING DE SENASTE TRE ÅREN	38
5.2 VÄSENTLIGHET OCH ISOMORFISKA PROCESSER INOM BRANSCHEN	40
5.3 INTRESSETER OCH INTRESSENTDIALOG	41
5.4 ANVÄNDNING AV RIKTLINJER: GRI VS. IIRC	41
5.5 HÅLLBARHET I ÅRSREDOVISNINGEN OCH INFLUENSER AV INTEGRERAD RAPPORTERING	42
6 SLUTSATS	43
6.1 FÖRSLAG TILL VIDARE FORSKNING	44
7 KÄLLFÖRTECKNING	45
7.1 ÅRSREDOVISNINGAR	48
7.2 BÖCKER	50



1 INLEDNING

Kapitlet inleds med en bakgrundsbeskrivning av det valda ämnet, vilket leder fram till vår problemdiskussion och studiens två forskningsfrågor. Vidare förklaras studiens syfte och de avgränsningar som gjorts.

1.1 BAKGRUND

Hållbarhetsredovisning har under de senaste decennierna ökat i omfattning och det är framförallt företag av större karaktär som idag upprättar någon form av hållbarhetsredovisning. (Stubbs och Higgins 2014) Till viss del kan denna ökning härledas till de ökade kraven som ställs på företag, både från intressenter och tillsynsmyndigheter. Företag förväntas idag ta ett ekonomiskt ansvar såväl som ett socialt och miljömässigt ansvar. (KPMG 2013) Under hösten 2014 antogs ett nytt EU-direktiv rörande icke-finansiell information samt mångfaldspolicy och detta beräknas träda i kraft i årsskiftet 2016/2017. Detta direktiv kommer i Sverige beröra alla större företag och företag av allmänt intresse. (EY 2015) Tillsammans med befintlig lagstiftning kring hållbarhetsredovisning, utgör kraven från företags intressenter två starka drivkrafter bakom hållbarhetsrapportering. (Deegan och Blomquist 2006)

Den svenska regeringen menar att Sverige är ett land som tar samhällsansvar och ligger i framkant vad gäller ett långsiktigt arbete för en hållbar utveckling (Utrikesdepartementet 2013) Trots detta har flera svenska klädföretag varit omtalade i media de senaste åren då dess CSR åtaganden inte efterlevts som avtalat. Det kan många gånger vara problematiskt och utmanande för globala företag med långa leverantörskedjor att se till så att dess uppförandekod följs fullt ut i alla led. (Pedersen, E. R. & Andersen, M 2006)

Fler regelverk och riktlinjer för hållbarhetsrapportering tagits fram i takt med att kraven på ansvarfullt företagande ökat. Året 1997 introduceras den internationella standarden GRI (*Global Reporting Initiative*) som anger riktlinjer för vad som bör inkluderas i en hållbarhetsredovisning. (GRI 2011) Enligt KPMG:s globala studie (2015), *The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2015 – Currents of Change*, tillämpade 74 % av världens 250 största företag GRI år 2015. I Sverige är andelen lite mindre där 66 % av de 100 största företagen valt att redovisa utifrån GRI:s riktlinjer. År 2013 introducerades ett nytt redovisningskoncept; Integrerad Rapportering, som innebär att företag ska integrera hållbarhetsredovisningen i årsredovisningen. IIRC:s (*International Integrated Reporting Council*) ramverk <IR> är ett principbaserat ramverk som skapats då ett behov av mer integrerad rapportering har växt fram. (Haller och Van Staden 2014) Ramverket syftar till att hjälpa företag integrera finansiell och icke-finansiell information i företagets processer, beslutsfattande samt rapportering för att kunna fastslå vilka nyckeltal och strategiska faktorer som driver värdeskapandet över tid. (Haller och Van Staden 2014) En av grundtankarna med integrerad rapportering är att företag ska skapa en holistisk bild av sin verksamhet, där användaren enkelt kan se hur olika delar av verksamheten är sammankopplade. En kombinerad eller separat rapport där både finansiella samt icke-finansiella aspekterna av ett företag speglas. (KPMG 2013)

1.1.1 VÄSENTLIGHET (MATERIALITY)

År 2013 släpptes en ny version av GRI; G4 och denna version sätter mer fokus på att företag ska genomföra väsentlighetsanalys och endast inkludera väsentlig information rörande icke-

finansiella mått i deras rapporter. (KPMG 2015) Detta fokus på väsentlighetsanalys delas av det nya ramverket <IR> (*Integrated Reporting*). Väsentlighetsanalysen får ännu större betydelse för hållbarhetsredovisning och det är ett område beroende av företags egen bedömning av vad som är relevant information. Det innebär att företag måste genomföra någon form av väsentlighetsanalys för att kunna avgöra vad som bör återges i rapporteringen. Att välja ut vilken hållbarhetsrelaterad information som bör inkluderas i årsredovisningen är en komplex process där många faktorer måste tas i beaktande, interna såväl som externa. Ordet väsentlighet är i sig ett begrepp som har olika definitioner, vilket kan bidra till svårigheter kring väsentlighetsanalysen. Med detta sagt, behöver de olika definitionerna inte vara ett problem. Detta enligt revisorn och historikern Carla Edgley (2013) som hävdar att avsaknaden av en enda sann definition, inte hindrar väsentlighetsanalysen från att åstadkomma sitt syfte. Eccles och Krzus (2015) tar upp den definition av väsentlighet som används i Högsta Domstolen i USA. Där fastslås att väsentlighet är binärt och det finns alltså ingen gråskala. En aspekt är antingen väsentlig och ska tas med i rapportering eller så är aspekten inte väsentlig och ska ej tas med. Det är vidare upp till företagen själva att avgöra detta även om dess intressenter kan finnas med i dialogen kring väsentlighetsanalysen. Eccles och Krzus (2015) menar att intressenters åsikter ej ska överses då deras påverkan på kapitalinvesteringar ofta är stor.

Det har under de senaste decennierna gjorts mycket forskning på hållbarhetsområdet men det är relativt lite forskning som berör just utvecklandet av hållbarhetsrapporter (Searcy och Buslovich 2014), vilket gör området aktuellt för denna studie.

1.2 PROBLEMDISKUSSION

När företag bestämt sig för att upprätta en hållbarhetsredovisning så ställs de inför valet hur de ska gå tillväga. Antingen så väljer företag att ta fram en hållbarhetsrapport vid sidan om sin årsredovisning eller så integrerar man hållbarhetsredovisningen sin årsredovisning. Företag måste ta ställning till vilket regelverk/ramverk man ska redovisa enligt, samt vilka intressenter det är man redovisar för. Då <IR> ramverket är ett nytt koncept som framtagits av IIRC, har vår studie valt att fokusera på detta och mer specifikt hur företag utför den väsentlighetsanalys som krävs för att ta fram en hållbarhetsrapport. Valet föll sig naturligt då detta är ett område som är ytterst aktuellt och i samband med att det nya EU-direktivet rörande icke-finansiell rapportering introducerats, har kraven på företagen ökat ännu mer.

Eccles och Krzus (2015) menar att en fullt ut integrerad rapport ska innefatta en tydlig beskrivning av processen kring väsentlighetsanalysen. De förklarar väsentlighet som en social konstruktion som därmed är företagsspecifik. Detta skapar en utmaning för <IR> ramverket och integrerad rapportering då varje företags ledning har sitt eget varumärke att skydda och uppfattning av vad som är väsentligt för just dem. I slutändan blir det som är väsentligt för användarna av rapporten, det som är väsentligt för företaget. (Eccles och Krzus 2015)

Väsentlighetsanalysen är således en komplex men viktig del i framställandet av hållbarhetsredovisning och en integrerad rapport. Beroende på vem det är man redovisar för, anses viss information väsentlig. <IR> ramverket har en definition av väsentlighet och hur man i rapportering bör återge utförandet av denna, medan exempelvis GRI har en egen definition av väsentliga aspekter. Dessa två ligger relativt nära varandra men studien ämnar se om introduktionen av <IR> ramverket ändrat företags sätt att rapportera kring väsentlighetsanalys. Det är ett relevant forskningsområde, vilket motiveras av att tidigare forskning har identifierat bl.a. väsentlighetsanalysen som ett område där ytterligare studier



bör göras. (Adams 2015) Vi vill också att vår studie ska generera ytterligare forskningsfrågor som framtida forskning kan gå djupare in på.

Med denna utgångspunkt kommer studien att utreda hur företag går tillväga när väsentlighetsanalysen görs samt även om tillvägagångssättet har ändrats efter att <IR> ramverket introducerats. Om vi kan se en förändring i redovisningen under de senaste åren, ämnar vi också att undersöka om detta kan härledas till det nya <IR> ramverket. Denna problematisering av ämnet leder oss fram till de forskningsfrågor som följer nedan.

1.2.1 FORSKNINGSPRÅGOR

1. Hur har företags arbete med väsentlighetsanalys inom klädbranschen redovisats före och efter introduktion av <IR> ramverket?
2. Kan eventuella skillnader i presentationen av väsentlighetsanalys hänföras till <IR> ramverket och i sådana fall, vilka?

1.3 SYFTE

Syftet med uppsatsen är att undersöka hur fyra svenska företag inom klädbranschen arbetar med att avgöra vilken hållbarhetsinformation som är väsentlig att ta med i sin redovisning. Vidare ska studien undersöka om företagen har ändrat sättet att redovisa väsentlighetsanalys sedan introduktionen av ramverket <IR> år 2013, och om denna ändring kan härledas till principerna i <IR> ramverket.

1.4 AVGRÄNSNINGAR

Studien behandlar begreppet väsentlighet utifrån de olika definitioner som ges i GRI:s riktlinjer samt i <IR> ramverket. Vi har avgränsat oss till dessa definitioner då dessa ramverk fokuserar på hållbarhetsredovisning vilket gör de relevanta för studiens forskningsfrågor. (Eccles och Krzus 2015) Det finns ytterligare definitioner på väsentlighet i exempelvis IFRS (*International Financial Reporting Standards*) och FAR (*Föreningen Auktoriserade Revisorer*) men dessa normgivare behandlar framförallt finansiell rapportering och är därmed exkluderade i denna rapport.



2 TEORETISK REFERENSRAM

Inledningsvis ges en överskådlig introduktion till ämnet hållbarhetsredovisning, vilken sedan riktar in sig på studiens två utvalda regelverk, <IR> ramverket och GRI och deras olika definitioner av väsentlighet. Sedan följer en presentation av utvalda teorier samt tidigare utförda studier kring ämnet. Teoretiska referensramens samtliga delar kommer länkas till studiens resultat i diskussionen.

2.1 HÅLLBARHETSREDOVISNING

En välkänd definition av hållbar utveckling som arbetades fram utav FN:s Brundtlandkommission i mitten av 1980-talet lyder; *”En utveckling som tillfredsställer dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillfredsställa sina behov.”* (Andrews och Granath 2015) Under 1990-talet introducerades sedan begreppet Triple Bottom Line (TBL) som är ett redovisningssystem innebärande att företaget inte bara redovisar sitt finansiella resultat vid årets slut, utan även inkluderar sitt miljömässiga och sociala resultat. Tanken bakom systemet är att företagen är ansvariga för alla sina intressenter och meningen är att ge samhället en betydligt bredare bild och bättre förståelse för företaget. (Mindtools n.d) Ett sätt att beräkna TBL är i form av index. (Slaper och Hall 2011) Exempelvis kan företag jämföra resultat i form av framgång gällande kollektivtrafik, ökade utbildningsnivåer eller minskad mängd avfall mellan olika företag, olika projekt eller städer. Dock finns ingen internationell standard eller metod för att beräkna TBL, vilket vidare kan innebära en viss osäkerhet. Det ekonomiska resultatet mäts i finansiella termer, men det kan vara ett bekymmer att hitta en lämplig mätenhet på sociala- och miljöskador, då detta är svårt att sätta ett pris på. (Slaper och Hall 2011) Acceptansen av begreppet har vuxit de senaste åren, mycket på grund av olyckor som skett genom åren vilka inneburit kostsamma saneringar samt att allmänheten förlorat mycket av sitt förtroende till berörda organisationen. (Grankvist 2012) Detta är en intressant aspekt i vår studie, då många klädföretag varit omnämnda i media och inblandade i olika CSR-skandaler. Grankvist (2012) anser att de intressenter som efterfrågar en ökad investering i olika TBL-principer ska också göra det i enlighet med erkända redovisningsstandarder. Han menar att GRI är den vanligaste standarden. Elkington (1999) anser att marknaden blir alltmer komplex och konkurrensen mellan både internationella och nationella företag ökar. Intressenternas ökade krav leder till nya utmaningar för den finansiella marknaden och kommer tvinga företag att skifta till nya strategier, nya tillvägagångssätt och till att använda ett mer utvecklat TBL-tänk i sin rapportering. Detta menar Elkington (1999) således kommer påverka uppbyggnaden av verksamheter och hur företag väljer att investera samt utforma åtaganden.

Tanken om att kraven och förväntningarna från samhället växer delas av Kanji och Chopra (2010) som menar att intressenter vill i allt högre grad veta hur företag arbetar med att ta ett socialt och miljömässigt ansvar, något som samhället har sammanfattat i begreppet CSR (*Corporate Social Responsibility*.) För att vinna konkurrensfördelar är det viktigt att ständigt utveckla sitt hållbarhetsarbete och inkludera denna information i rapporterna. Genom hållbarhetsrapportera kan företagen vidare kommunicera ut till sin omgivning om sitt ansvarstagande, vilket enligt Kanji och Chopra (2010) kan ha stor inverkan på företagens framtida resultat. Att hållbarhetsredovisa är till största del frivilligt och kan utformas på olika sätt. Hållbarhetsredovisning är en bred term och beskrivs enligt GRI (2013) som ett ansvarstagande utifrån tre perspektiv; ekonomiskt, socialt och miljömässigt. Miljömässigt ansvarstagande handlar om att ur ett långsiktigt miljöperspektiv använda och utnyttja resurser så effektivt och hållbart som möjlig och på ett sätt som inte påverkar planeten negativt. Socialt ansvarstagande handlar om att ta ansvar gentemot samhället. Detta kan vidare väcka



etiska frågor som exempelvis jämn könsfördelning bland de anställda och respekt för olika religioner. Det ekonomiska ansvaret krävs för att företaget ska verka integrerat i affärsmodellen och handlar om att trygga företagets finansiella ställning, samt ge avkastning på investerat kapital. (GRI 2013)

2.2 GRI – GLOBAL REPORTING INITIATIVE

Global Reporting Initiative (GRI) är en internationell, icke-vinstdriven organisation som sedan slutet av 1900-talet hjälpt företag att kommunicera ut sina hållbarhetsfrågor till externa användare. (GRI 2016) Enligt GRI:s riktlinjer G3 är själva hållbarhetsredovisningen frivillig och redovisas som en separat rapport innehållande information om företagets sociala, miljö och etiska resultat under det gångna året. Genom dessa internationella riktlinjer är avsikten vidare att intressenter ska kunna jämföra hållbarhetsrapporter företag emellan och ta beslut utifrån den information som ges. Rapporten kan sedan användas som ett verktyg och en kommunikationsväg för att förmedla hållbarhetsinformation, vilket i sin tur kan leda till ett mer effektivt hållbarhetsarbete. (GRI 2011) GRI:s ramverk är det mest kända riktlinjerna inom hållbarhetsredovisning och är utformat för att kunna beskriva och användas i olika typer av branscher, oberoende geografisk placering och storlek. Riktlinjerna ska hjälpa organisationerna att säkerställa kvalitén på den redovisade informationen samt definiera dess innehåll och ge organisationen vägledning. GRI:s ramverk betonar vikten av att fokusera på företagets väsentliga information och ta med de områden i rapporteringen som är mest relevanta. (GRI 2011)

I maj 2013 lanserade GRI den fjärde upplagan, GRI G4. G4 ersatte därmed G3 som publicerades år 2006. (GRI G4 2013) Syftet med den nya versionen har varit att uppdatera befintligt material och för att möta de nya trender som vuxit fram de senaste åren. Den uppdaterade versionen ska underlätta för både läsare av informationen och upprättarna, då informationen ska vara så relevant och väsentlig som möjligt. Den främsta skillnaden mellan G3 och G4 är att G4 i större utsträckning fokuserar på *vad* som verkligen räknas, det väsentliga, samt *var* det räknas, det vill säga att en avgränsning måste göras. (GRI G4 2013) Genom att fokusera mer på det väsentliga tar riktlinjerna G4 hållbarhetsredovisningen till en mera strategisk och fokuserad nivå där också en mer utvecklad harmonisering med andra globala ramverk görs. Ett ökat fokus innebär även större flexibilitet för företagen vad det gäller urval av vad som ska tas med i rapporten, samt att fokus på det mest väsentliga anses vidare ge större avkastning på investerade resurser. (GRI G4 2013) Detta kommer skapa en mer hållbar, långsiktig lönsam verksamhet. Från och med räkenskapsåret 2008 har den svenska regeringen beslutat att alla statliga ägda företag ska hållbarhetsredovisa enligt GRI:s riktlinjer. (Regeringskansliet 2010)

2.3 INTEGRERAD RAPPORTERING

Integrerad rapportering är ett nytt sätt för företag att rapportera på och konceptet bygger på den redan befintliga modell som finns för finansiell rapportering. Konceptet är under utveckling och det finns egentligen ingen korrekt och exakt definition av vad det är. Grundtanken med integrerad rapportering är dock att icke-finansiell information på något sätt ska integreras i rapporteringen i syfte att ge företagets intressenter ökad förståelse och kunskap kring hur värdeskapandet går till. Detta tankesätt är i linje med de ökade kraven på hållbarhetsredovisning samt det växande intresset hos intressenter för denna typ av information. Investerares och övriga aktörers på kapitalmarknaden finner det värdefullt att få ta del av väsentlig information rörande bland annat samhället, miljö och styrning hos företag för att kunna ta beslut utifrån en bra grund. (PWC 2013)

Integrerad rapportering ämnar att belysa externa förhållandes påverkan på företags strategier och affärsmodeller. Genom att visa hur hållbarhetsinformation hänger ihop och påverkas av andra områden inom verksamheten ska transparensen i företagets verksamhet öka. Faktorer som kan påverka resurser hos företag är till exempel ökad global konsumtion samt snabb befolkningstillväxt. En annan aspekt av det nya rapporteringssättet är också att företag enklare ska kunna integrera sin strategi och styrningsmodell i den interna såväl som externa rapporteringen. (PWC 2013)

2.3.1 RAMVERKET <IR>

Utvecklandet av det första officiella ramverket inom integrerad rapportering har tagits fram av The International Integrated Reporting Council (IIRC). Det är en global sammanslutning bestående av tillsynsmyndigheter, investerare, företag, normgivande organ, aktörer inom revisionsbranschen samt icke-statliga organisationer. IIRC menar att kommunikation av hur värde skapas inom företag är nästa stora steg inom redovisning. Deras uppdrag är att etablera integrerad rapportering och integrerat tänkande och vidare få företag inom den privata och offentliga sektorn att anamma konceptet som sin huvudsakliga rapporteringsmodell. År 2013 publicerades <IR> ramverket. Ramverket är framtaget för vinstdrivna företag inom den privata sektorn men kan anpassas för att passa icke-vinstdrivna organisationer och för offentlig sektor. (IIRC 2013)

<IR> ramverket är ett principbaserat ramverk där målet är att skapa redovisning som innehåller en balans mellan flexibel redovisning och satta normer. Redovisningen ska återge omständigheter som är företagsspecifika för olika organisationer, samtidigt som att det till viss grad ska kunna gå att jämföra redovisningen företag emellan. <IR> ramverket ger företagen rum för att själva tolka ramverket och anpassa det efter sin egen verksamhet.

<IR> ramverket bygger på sju riktlinjer om hur rapporten ska upprättas samt fastslår åtta olika element som ska inkluderas i en integrerad rapport. De sju riktlinjerna är;

- **Strategic focus and future orientation** - Denna punkt innebär att rapporten ska ge insyn i organisationens valda strategi och hur denna förhåller sig till organisationens förmåga att skapa värde över tid samt till det kapital som organisationen besitter.
- **Connectivity of information** - Detta innebär att rapporten ska ge en holistisk bild av organisationen och hur samtliga faktorer som bidrar till värdeskapandet förhåller sig till/är beroende av varandra.
- **Stakeholder relationship** - En integrerad rapport ska beskriva organisationens förhållande med dess viktigaste intressenter samt relationens kvalitet. Omfattningen av intressenternas påverkan och vidare hur mycket av deras intressen och behov som tas i beaktande ska också framgå.
- **Materiality** - En integrerad rapport ska inkludera de aspekter av verksamheten som har betydande inverkan på organisationens förmåga att skapa värde över kort, medium och lång tid.
- **Conciseness** - En integrerad rapport ska vara koncis.
- **Reliability and completeness** - Denna punkt innebär att rapporten ska inkludera all information som är väsentlig, positiv så väl som negativ, på ett balanserat sätt.
- **Consistency and comparability** - Informationen ska presenteras på ett sätt som är konsekvent över tid och så att den kan jämföras med andra företags redovisningar till viss grad.

Ramverket <IR> syftar att hjälpa företag med sin rapportering genom att höja kvalitén på den information som återges i rapportering för att kapitalinvestorer ska kunna ta mer utbildade



beslut, vilket leder till att kapital placeras mer effektivt. Ramverket förespråkar också en mer enhetlig och effektiv typ rapportering som kommunicerar ut vilka aspekter som har signifikant påverkan på ett företags förmåga att skapa värde över tid. Vidare ska användare av en integrerad rapport kunna förstå hur de olika typerna av kapital exempelvis finansiellt, intellektuellt, humant, är beroende av varandra och hur de påverkar verksamheten. Till sist så betonas också vikten av att stödja ett integrerat tänkande, beslutsfattande samt handlande som fokuserar på värdeskapandet över kort, medium och lång sikt. (IIRC 2013)

2.4 VÄSENTLIGHET – *En jämförelse mellan GRI och IIRC*

Det finns ett antal aspekter som skiljer GRI:s riktlinjer från <IR> ramverket. GRI anger specifika KPI:s som ska inkluderas till skillnad från <IR> ramverket som endast tillhandahåller principer som bör följas vid hållbarhetsredovisning. Nedan följer en jämförelse mellan ramverken.

2.4.1 DEFINITION AV VÄSENTLIGHET

GRI

G4 definierar väsentliga aspekter som följer;

“Material Aspects are those that reflect the organization’s significant economic, environmental and social impacts; or substantively influence the assessments and decisions of stakeholders.” (GRI 2013)

Väsentliga aspekter är därmed de som påverkar intressenternas beslut eller speglar organisationens signifikanta påverkan på dess ekonomiska, miljömässiga samt sociala omgivning. Denna definition är densamma i G3 som i G4, men begreppet “tröskel” (eng. boundary) har fått ny innebörd i G4. Väsentlighet förklaras som tröskeln för när en fråga är av tillräckligt stor vikt för att tas med i rapporteringen. Företagen ska sedan rangordna de aspekter som inkluderas för att användarna ska kunna avgöra dess relativa relevans. Vid finansiell rapportering så innebär tröskeln att endast de aspekter som påverkar finansiella beslut ska inkluderas. Inom hållbarhetsredovisning så ser man det ur ett bredare perspektiv. En aspekt anses väsentlig om den har ekonomisk, miljömässig eller social påverkan. (GRI 2013)

I G4 krävs det att de rapporterade företagen identifierar samt beskriver var påverkan sker för varje identifierad väsentlig aspekt och företagen ska beakta både intern och extern påverkan vid analysen. Detta för att kunna göra en tillförlitlig bedömning av vilka aspekter som påverkar intressenters beslut mest. (GRI 2015) Exempel på faktorer som ska tas med i bedömningen är; företagets konkurrensstrategi, övergripande mål, frågeställningar hos intressenter, sociala förväntningar samt företagets påverkan i leverantörsleden såväl som mot kunder. Utöver dessa faktorer så måste företag också rätta sig efter de regler som framgår av internationella standards och avtal som företagen förväntas tillämpa. GRI:s regelverk menar också att företag ska beskriva hur rangordningen av de väsentliga områdena har gjorts. (GRI 2011)

<IR>

Väsentlighetsanalysen (*materiality analysis*) är en del arbetet mot att upprätta en integrerad rapport. Syftet med analysen är att välja ut den information som är väsentlig för användarna och därmed bör tas med i rapporteringen. I <IR> ramverket så definieras väsentlig information som;



“An integrated report should disclose information about matters that substantively affect the organization’s ability to create value over the short, medium and long term”
(IIRC 2013, s. 18)

Väsentliga aspekter är de som har betydande påverkan på en organisations förmåga att skapa värde över kort, medium och lång tid.

2.4.2 DEFINITION AV INTRESSETER

GRI

GRI:s definierar ett företags intressenter som;

“Andra organisationer eller personer som kan påverkas väsentligt av organisationens aktiviteter, produkter och/eller tjänster, och vars handlingar kan påverka organisationens möjligheter att framgångsrikt genomföra sina strategier och uppnå sina mål”.

Intressenter kan även vara individer eller enheter som genom rättigheter enligt lag får kräva vissa saker av den rapporterade organisationen. Intressenter behöver inte ha ekonomiska intressen i företaget men kan ha det. (GRI 2011)

<IR>

De huvudsakliga användarna som <IR> ramverket fokuserar på är de som är intresserade av värdeskapande i verksamheten och således är syftet med ramverket att kommunicera till denna grupp hur värde skapas över tid i verksamheten. Detta innebär vidare att de primära användarna är kapitalinvestorer men att rapporten indirekt vänder sig till andra intressenter som exempelvis anställda, kunder, leverantörer, lagstiftare, samhället och normgivare i den mån dessa grupper är intresserade av företagets förmåga att skapa värde över tid. (IIRC 2013)

2.4.3 PROCESS FÖR FRAMTAGANDE AV VÄSENTLIGHETSANALYS

GRI

Processen med att ta fram de mest väsentliga aspekterna görs utifrån en bedömning som baseras på vilken verksamhet som organisationen bedriver. För att identifiera de mest väsentliga aspekterna förs dialoger med företagets olika intressenter och experter vilket mynnar ut i en prioritering av frågorna. GRI G4 har vidare tagit fram en lista med fyra olika steg för att hjälpa organisationerna att på ett så strukturerat sätt som möjligt gå till väga med framtagandet. (GRI 2013) Dessa fyra steg är följaktligen:

1. Identifiering - Här betraktas GRI:s Aspects list över indikatorer och aspekter som är av intresse. Dessa aspekter kopplas till hur miljömässigt, ekonomiskt och socialt relevanta de är till företagets verksamhet, produkter och tjänster.
2. Prioritering - Varje aspekt sätts nu i relevans till intressenternas framtida bedömningar och beslut om ekonomiska, miljömässiga och sociala frågor.
3. Validering - Kvalitén säkerställs och de utvalda aspekterna ska stämma överens med GRI:s övergripande principer.
4. Granskning- Granskningen görs efter rapporten är färdigställd. De väsentliga aspekterna som tagits fram beaktas, och ger underlag för eventuella justeringar till nästa års rapport och väsentlighetsanalys.

(GRI 2013)



<IR>

I <IR> ramverket presenteras det hur företag bör gå tillväga när de gör sin analys i fyra separata steg:

1. Identifiera väsentliga aspekter genom att se till deras möjlighet att påverka företagets värdeskapande.
2. Utvärdera de väsentliga aspekternas betydelsefullhet utifrån hur trolig deras påverkan på värdeskapandet är.
3. Uppför en prioriteringsordning baserad på de väsentliga aspekternas relativa betydelse.
4. Bestäm vilken information som ska inkluderas i rapporten.
(IIRC 2013, s.18)

2.4.4 TABELL: GRI VS. <IR>

	<u>GRI</u>	<u>IIRC</u>
Väsentliga aspekter enligt ramverken	De aspekter som påverkar intressenternas beslut och som har signifikant påverkan på den ekonomiska, miljömässiga och sociala omgivningen.	De aspekter som har betydande påverkan på en organisations förmåga att skapa värde över kort, medium och lång tid.
Tänkta användare av ramverken (Preparing entity)	Företag, utbildningsorgan, icke-vinstdrivna organisationer, städer, myndigheter	Företag
Vilka intressenter upprättas rapporten för?	Huvudsakligen aktieägare men även andra intressenter	Kapitalinvestorerare
Omfattas av reglering	Nej	Nej
Tidshorisont	Ja (fokus på över lång tid)	Ja (över kort, medium och lång tid)
Är intressenterna delaktiga i väsentlighetsprocessen?	Ja	Ja
Stegprocess vid genomförande av väsentlighetsanalys	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifiering av väsentliga aspekter utifrån GRI:s Aspects list 2. Prioritering av aspekterna 3. Validering genom att säkerställa att väsentlighetsanalysen är uppförd i enlighet med GRI:s övergripande principer 4. Granskning av föregående års väsentliga aspekter för att kunna göra eventuella justeringar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifiera väsentliga aspekter genom att se till deras möjlighet att påverka företagets värdeskapande 2. Utvärdera de väsentliga aspekternas betydelsefullhet utifrån hur trolig deras påverkan på värdeskapandet är 3. Uppför en prioriteringsordning baserad på de väsentliga aspekternas relativa betydelse 4. Bestäm vilken information som ska inkluderas i rapporten

2.5 TIDIGARE STUDIER KRING ÄMNET

Studien (*Corporate Perspectives on the Development and Use of Sustainability Reports*) som genomförts av Searcy och Buslovich (2013) syftar till att undersöka hur 35 kanadensiska

företag utvecklar och använder sig av hållbarhetsredovisning. Fokus i studien är på huruvida företagen utvecklar integrerade rapporter, vilka drivkrafter som ligger bakom hållbarhetsrapportering, hur rapporten används samt hur man tar fram sin hållbarhetsrapport. De resultat som varit intressanta för vår studie är de som rör utvecklingen av rapporten och integration av hållbarhetsredovisning i årsredovisningen. Studien visar att företagen bygger sin hållbarhetsrapportering på de normer kring hållbarhetsredovisning som finns samt genom interna utvärderingar. Majoriteten av företagen tog hänsyn till deras intressenters åsikter men hur mycket intressenterna fick påverka samt hur dialogen med dessa sker, var något som varierade mycket från organisation till organisation. De flesta företagen har någon form av CSR-avdelning som har det huvudsakliga ansvaret för hållbarhetsrapporteringen och de flesta företagen använder endast intern personal för detta arbete. Studien visar på att externa påtryckningar driver hållbarhetsredovisning hos företagen. De identifierar ett antal utmaningar med att ta fram rapporten, bl.a. väsentlighetsanalysen och det faktum att det är tidskrävande arbete. De fann att de flesta företag förlitade sig på riktlinjer som exempelvis GRI vid framtagandet av rapporten men att det är vanligt att företag anpassar dessa riktlinjer efter den egna organisationen. Studien visade också att trots att det är ovanligt med helt integrerade rapporter, tog ungefär två tredjedelar av de intervjuade företagen upp hållbarhetsinformation i sina årsrapporter. Detta menar de kan tyda på att trenden kring integrerad rapportering växer.

Studien *Integrated Reporting and Internal Mechanisms of Change* av Stubbs och Higgins (2014) fokuserar på 15 organisationer i Australien som alla är på olika nivåer i processen med att implementera integrerad rapportering i sin redovisning (early adopters). Syftet är att söka svar på vad som faktiskt driver företagen att utföra en integrerad rapport och se vilka gemensamma mönster som återkommer mellan företagen och vid implementeringen. Stubbs och Higgins (2014) menar att den integrerade rapporteringen ligger närmare företagets strategi och dess värdeskapande. Finans- och strategiarbetslag har fått en mer framträdande roll och det blir allt viktigare att förstå och studera företagets icke-finansiella information. Några tillvägagångssätt som uppmärksammades vid implementeringen var om företagen använde en *Pull-strategi* eller *Push-strategi*. Push-strategin förespråkades framförallt av företagets hållbarhetsarbetslag och används som ett internt verktyg för att trycka (pusha) hållbarhet in i kärnverksamheten. Push-strategin ansågs inte leda till någon djupare organisationsförändring, utan snarare några små steg framåt i taget. Pull-strategin förespråkade istället hållbarhet som en del av organisationens kärnvärde, vilket också sågs som en "inifrån- och ut" hållbarhetsprocess. Detta ansågs vidare vara den nya trenden för hållbarhetsrapportering och ett steg mot integrerad rapportering. *Tvärfunktionella lag (Cross-functional teams)* sågs också underlätta implementeringen, vilket innebar att hållbarhetsinformationen inhämtas ifrån anställda ute på de olika arbetsavdelningarna, och inte som tidigare då det endast var ett hållbarhetsarbetslag som samlade in, och arbetade med informationen. Vissa av de studerade företagen använde sig också av en *hållbarhetskommitté*, och några inte. De som inte hade någon kommitté ansåg att deras hållbarhetsarbete var integrerat med företaget och att en separat kommitté skulle vara onödigt. Angående *väsentlighetsanalysen* fanns en önskan från företagen i studien att flytta sig ifrån GRI:s gamla riktlinjer och deras "one size fits all"-princip. Kritik riktades mot GRI:s "checklista", där många frågor ansågs irrelevanta. Integrerad rapportering förespråkades istället då ett tydligare fokus på det unika med företaget fanns. Även fast kritik riktades mot GRI, var det ingen av organisationerna som helt slutat följa ramverket. Det ansågs att GRI:s regelverk krävdes för att stödja utvecklandet av den integrerade rapporteringen. Detta påstående förespråkades framförallt av personer från finansarbetslagen, då de sedan tidigare var vana att arbeta med standarder och tydliga regler. De organisationer som påbörjat sitt förändringsarbete sågs



fortfarande hålla kvar i GRI:s ramverk medan de väntade på att nya standarder, eller nya regleringar skulle utvecklas.

Carla Edgleys studie *A genealogy of accounting materiality* (2013) fokuserar på väsentlighetsbegreppets utveckling över tid. Redan under 1970-talet var väsentlighet ett relativt använt begrepp där det tidigt ansågs att beslut angående väsentlighet (materiality) och att göra en väsentlighetsanalys krävde en professionell och yrkesmässig bedömning. Detta framförallt på grund av osäkerheten kring begreppet, och då det saknades en klar uppsättning med regler om tillvägagångssättet. Edgley (2013) menar att väsentlighetsanalysen tillåter viss flexibilitet, och att informationen anses vara väsentlig om ett utelämnande av den vidare skulle innebära en påverkan på dem som senare ska använda informationen som beslutsunderlag. Väsentlighetsanalysen ska ge en rättvisande bild av företaget, förbättra kvalitén i rapporterna, hantera osäkerheten och minska revisionsrisken. Från början var analysen en lösning på ineffektivitet då oviktiga saker kunde bortses från och tid kunde sparas. Väsentlighet beskrivs vidare i studien som "en hörnsten i redovisningen" och denna hörnsten bestämmer positionen för alla andra stenar i hela strukturen.

Edgley (2014) kritiserar dock väsentlighetsanalys och menar att väsentlighet är svårt att komma till rätta med och att det är lätt att "gömma sig bakom ämnet." Kritik riktas till dess otydliga definition, och denna vaghet leder in på diskussion om osäkerhet i rapporteringen och om redovisningskvalitén. Sammanfattningsvis är väsentlighetsanalys inte ett rapporteringskoncept som utvecklats linjärt, utan är uppbyggt från olika kunskapsområden och diskurser. Väsentlighet handlar om ett sannings- och maktspel och om att synliggöra, hantera eller dölja fel eller oklarheter som uppstår, samt om när och hur information ska tas med i rapporterna.

2.6 TEORIER

2.6.1 INSTITUTIONELL TEORI

Institutionell teori förklarar varför organisationer tenderar att agera på liknande sätt och vidare påverkas av varandra. Tankesättet om att människan alltid agerar rationellt ifrågasätts av teorin då man antar att människan istället lockas att följa regler, formella såväl som informella. Teorin menar att vi människor skapar en social verklighet som leder till att institutioner blir till. Framväxandet av institutioner är en process som präglas av hur organisationer hanterar förändring och hur de reagerar på nya idéer. (Eriksson- Zetterquist 2009)

Institutionell teori brukar delas upp i tre olika grenar; tidig institutionell teori, nyinstitutionell teori samt skandinavisk institutionell teori. Nyinstitutionell teori är den del som är mest aktuell för studien. DiMaggio och Powell (1983/1991) myntade två viktiga begrepp för att förklara det faktum att företag inom samma bransch/fält liknar varandra (*homogenisering*). Dessa två är; "organisationsfält" och "isomorfism". De förklarar ett organisationsfält som industrier inom samma bransch eller industrier som hänger ihop genom exempelvis sin leverantörskedja och som vidare kan separeras ur ett nationellt eller ur ett internationellt perspektiv. Olika institutioner som t.ex. marknad, frivilliga föreningar eller förvaltning strukturerar de flesta organisationsfält i västvärlden. (Czarniawska-Joerges, 1992)

DiMaggio och Powell (1983/1991) menar att eftersom organisationsfält struktureras, kommer nyetablerade organisationer på fältet formas till att agera som de redan befintliga organisationerna på fältet. De kallar det "homogeniseringsprocessen" och belyser att

möjligheten för självständigt agerande är mycket liten. Resultatet av homogeniseringsprocessen blir isomorfism, vilket innebär att företag blir lika varandra i formen. Isomorfism leder till institutionalisering och brukar delas upp i tre olika typer;

- **Tvingande isomorfism** - Denna typ av isomorfism är ett resultat av statens normer och andra myndigheters påtryckningar. Det finns krav från de mer inflytelserika organisationerna på fältet att de svagare organisationerna ska anamma vissa regler. Staten kan också genom lagstiftning och restriktioner tvinga fram ett visst beteende hos organisationer.
- **Mimetisk isomorfism** - Denna typ av isomorfism är ofta en följd av osäkerhet. Osäkerhet tenderar att få företag att imitera vad andra aktörer i branschen gör. Att luta sig mot vanemässigt beteende är vanligt när man ej har kontroll över en situation. Det kan också vara en ekonomisk fråga då att kopiera ett framgångsrikt koncept hos en annan organisation ofta är mindre kostsamt än att ta fram en ny modell.
- **Normativ isomorfism** - Med normativ isomorfism syftar man till de inflytande professioner och utbildningar har och hur deras sätt att agera ofta blir sett som "det korrekta" sättet. Normativ isomorfism innebär att det skapas en norm över vilka metoder som bör tillämpas inom ett visst yrkesområde. Människor inom samma profession tenderar att ha liknande värderingar och arbetssätt till följd av att de har gått samma utbildning och strävar mot liknande karriärer. När likasinnade människor sedan befinner sig på samma arbetsplats skapas ofta en viss kultur som bara stärks med tiden då den blivit mer etablerad.

(Eriksson- Zetterquist 2009)

Det har gjorts forskning av Tolbert och Zucker (1983) på hur organisationer reagerar på förändring i den formella organisationsstrukturen. Resultatet visade att organisationer svarade på förändringar utfärdade av staten omgående medan förändringar utfärdade av mindre organ fick en fördröjd reaktion. Brown et al. (2009) har uttryckt att GRI delar många av de egenskaper som karaktäriserar en etablerad institution, vilket kan kopplas till vår studie.

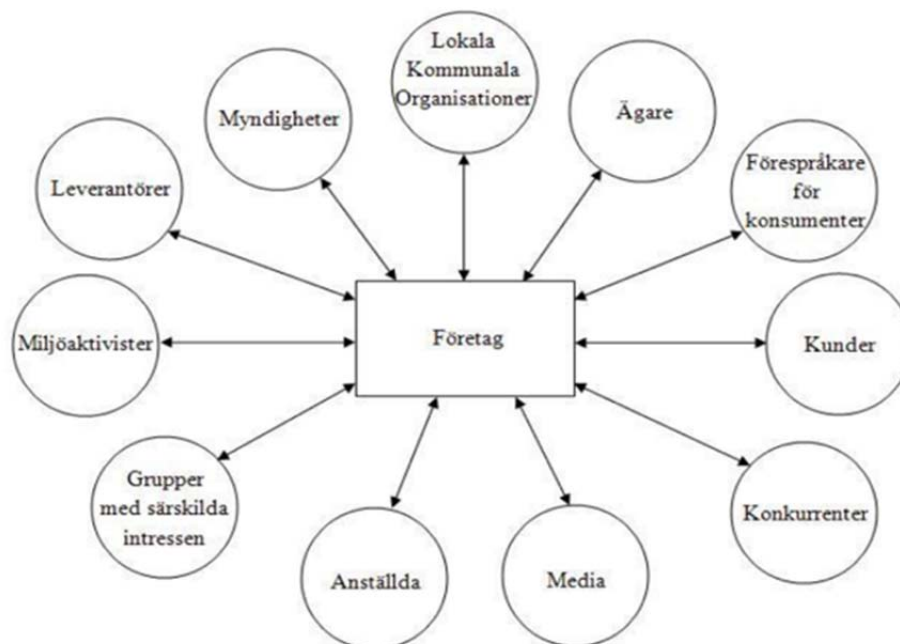
I denna rapport kommer institutionell teori att användas för att förklara likheter och skillnader i hur de utvalda företagen rapporterar samt kommunicerar ut detta i sin redovisning. Genom att använda oss av denna teori ämnar vi att kunna hitta förklaringsfaktorer som kan leda fram till slutsatser rörande isomorfism. Institutionell teori är en frekvent använd teori inom det valda forskningsområdet vilket gör den lämplig för studien (Searchy och Buslovich 2013).

2.6.2 INTRESSENTTEORIN

Deegan och Unerman (2011) menar att det finns många likheter mellan intressentteorin och legitimitetsteorin. Att behandla dessa två teorier helt separat skulle därmed vara fel. De anser vidare vara bättre att se dem som två överlappande perspektiv på problemet. Deegan (2002) skriver att båda teorierna ramar in organisationen som blir en del utav en större social kontext där organisationen påverkar och påverkas utav grupper inom samhället. Intressentteorin är intressant för vår studie då de fyra utvalda företagen påverkar samhället både ekonomisk, socialt och miljömässigt och påverkas vidare av dess intressenter. Intressentteorin kommer hjälpa oss att i vår studie förstå hur våra fyra utvalda företag interagerar med olika intressenter samt hur var och en av dem väljer att lämna ut sin företagsinformation. Deegan och Unerman (2011) anser att det är viktigt att intressenterna behandlas rättvist av organisationerna. Detta är något som även Hasnas (1998) belyser, då han även menar att det är viktigt för företagen att skapa ett förtroende och en relation till alla intressenter, och inte bara med aktieägarna. Enligt Deegan och Unerman (2011) ska företaget i enlighet med teorin

behandla alla intressenter med hänsyn och jämlikhet och om det uppstår problem hitta en optimal balans mellan de olika intressenterna. Detta i sin tur innebär att intressentteorin påverkar företagens sociala hållbarhetsansvar.

Intressentmodellen avbildas på följande sätt:



Intressentmodellen, Freeman (1984, s. 25)

Intressenter är beroende av företaget för att förverkliga sina mål och företaget är i sin tur beroende av intressenterna för att kunna fortleva. (Lundahl och Skärvad, 1982) Vidare menar Lundahl och Skärvad (1982) att mest inflytande på företagens mål har de intressenter som har störst inverkan på företaget, och som vidare kan hota företagets överlevnad. Företagsledningens viktigaste uppgift är därmed att tolka intressenternas krav och formulera klara mål i en tydlig rapport. Enligt Clarkson (1995) är intressenter också personer eller grupper som har/kräver ägande rättigheter eller har ett intresse i företaget och i företagets aktiviteter. Studien kommer undersöka vilka intressenter de utvalda företagen riktar sina rapporter mot.

Freeman (1984) anser att företag inte enbart är ansvariga för sina aktieägare utan för många fler av samhällets intressenter. Dessa grupper har alla olika åsikter om företagets samhällsansvar och roll i samhället. Detta perspektiv är intressant i vår studie då företagen själva gör ett aktivt val om de vill inkludera hållbarhet i sina rapporter eller inte. Freeman (1984) poängterar att hållbarhetsinformation som inkluderas i rapporten många gånger skapar mervärde. DiMaggio and Powell (1983) menar att intressentteorin ramar in och verkar som ett tvingande, normativt tryck på företagen att rapportera på ett visst sätt. De anser också att det ofta finns ett tryck från personal och internt anställda att inkludera hållbarhetsinformation i rapporterna. Diskussionen har enligt DiMaggio och Powell vidare kommit att handla om huruvida hållbarhetsinformation ska inkluderas i de årliga rapporterna eller läggas som ett komplement i en separat hållbarhetsrapport. Forskning har, enligt AccountAbility (2011), visat på att intressenternas involverande i hållbarhetsrapportering har trappats upp.



2.7 SAMMANFATTNING AV TEORETISK REFERENSRAM

Hållbarhetsrapportering och Triple Bottom Line – Innebär att företag förväntas rapportera om sin verksamhet på ur ett ekonomiskt, socialt samt miljömässigt perspektiv.

GRI – Riktlinjer för hållbarhetsrapportering som ska hjälpa organisationerna att säkerställa kvalitén på den redovisade informationen samt definiera dess innehåll och ge organisationen vägledning. G4 är den nyaste upplagan som fokuserar mer på väsentlighet än G3.

Integrerad rapportering - Grundtanken med integrerad rapportering är att icke-finansiell information på något sätt ska integreras med den finansiella rapporteringen i syfte att ge företagets intressenter ökad förståelse och kunskap kring hur värdeskapandet går till. <IR> ramverket förespråkar en mer enhetlig och effektiv typ rapportering som kommunicerar ut vilka aspekter som har signifikant påverkan på ett företags förmåga att skapa värde över tid. Ramverket är principbaserat och har stort fokus på väsentlighetsanalys.

Institutionell teori – Institutionell teori förklarar varför organisationer tenderar att agera på liknande sätt och vidare påverkas av varandra. Teorin menar att vi människor skapar en social verklighet som leder till att institutioner blir till. Det finns tre typer av isomorfism; tvingande, normativt samt mimetisk och dessa syftar till att på olika sätt förklara hur det kommer sig att organisationer inom samma fält tar efter varandra.

Intressentteorin - Intressentteorin ramar in organisationen som blir en del utav en större social kontext där organisationen påverkar och påverkas utav grupper inom samhället. Det är viktigt att företagen skapar ett förtroende och en relation till alla intressenter, och inte bara med aktieägarna. Intressentteorin kan verka som ett tvingande, normativt tryck på företagen att rapportera på ett visst sätt. Det finns ett beroendeförhållande mellan företag och dess intressenter, vilket gör de viktiga för varandra.

3 METOD

I metodkapitlet presenteras studiens tillvägagångssätt och genomförande. Val av bransch och företag motiveras samt hur material samlats in, bearbetats och analyserats i relation till teorin. Avslutningsvis sker en presentation av studiens reliabilitet och validitet.

3.1 DISKURSANALYS SOM METODVAL

Vår studie är baserad på en diskursanalys där vi undersökt årsrapporter och hållbarhetsrapporter som upprättats av de undersökta företagen samt ramverk som berör det valda forskningsområdet. Diskursanalys är ett angreppssätt där analysen av diskurser fokuserar på hur olika tolkningar av verkligheten skapas eller uppnås med hjälp av språket. (Bryman och Bell 2014) Genom en årsredovisning/hållbarhetsrapport presenterar företaget sina handlingar, åtaganden och vad som inträffat under året. Detta är den information som görs offentlig och som finns tillgänglig för externa användare, vilket motiverar varför vi valt att analysera just dessa dokument. Jonäll (2007) menar att man genom ett diskursanalytiskt perspektiv kan finna mönster i text och siffror och detta görs med utgångspunkt i teorin. Vidare har detta perspektiv använts i vår studie då vi undersökt utvecklingen hos de fyra valda företagen, likheter/skillnader företagen emellan samt huruvida man kan se influenser av <IR> ramverket i sättet företagen rapporterar på. Jonäll (2007) menar att en diskursanalys centrala syfte är att beskriva hur händelser har förklarats i rapporten samt hur den har upprättats.

Två andra vedertagna metoder vid en empirisk undersökning är kvalitativ samt kvantitativ metod. Om man väljer att tillämpa en kvalitativ metod har den en mer flexibel karaktär och ens problemformulering kan behövas justeras under studiens gång. Detta har visat sig vara nödvändigt i studiens fall och forskningsfrågan har justerats vid behov. Utmärkande drag för kvalitativ metod är att fokus ligger på det unika, mer djupgående undersökningar och beskrivning samt förståelse. Viktigt att understryka är dock att det inte finns någon absolut skillnad mellan kvalitativ och kvantitativ metod och de är således inte ömsesidigt uteslutande. (Holme och Solvang 1997)

Kvalitativ metod passar vår studies forskningsfrågor då vi kommer behöva göra en djupare analys av delar av rapporterna för att få förståelse för de val som gjorts. Första steget i vår kvalitativa analys blev att skapa en checklista (se bearbetning av material) över de aspekter vi ska undersöka och leta efter i årsredovisningarna såväl som i hållbarhetsrapporterna. Genom att ha en checklista blir vår empiriinsamling strukturerad och enhetlig, vilket är ett krav då empirin ska ligga till grund för en jämförande analys.

3.2 VAL AV BRANSCH

Klädbranschen innebär många gånger långa, komplexa leverantörskedjor och då intressenters medvetande och omgivningens intresse kring socialt ansvarstagande växer, ökar också pressen på företagen. Verdier, Riddselius och Chudy (2010) menar att ända sedan 1990-talet har det sociala och miljömässiga ansvaret inom klädbranschen varit mycket omtalat. I en granskning de gjort menar de att frågan blivit mer uppmärksammas efter bland annat stora skandaler om barnarbete, dåliga arbetsförhållanden, säkerhetsbrister, bristen på fackliga rättigheter, dåliga löner och negativ miljöpåverkan såsom dålig kemikaliehantering i många av de stora klädföretagens leverantörskedjor. Hård kontroll krävs och extra svårt kan det vara att veta om företag vars leverantörskedjor som är geografiskt, juridiskt, ekonomiskt och kulturellt separerat faktiskt alltid följer företagets ram för socialt ansvarstagande. (Pedersen och Andersen 2006) Att ta ställning och involvera etik- och moralfrågor ses idag som något som genererar mervärde för företagen då de yttre påtryckningarna från media och

konsumenter är mer påtagliga. De ökande påtryckningarna beror mycket på den växande globaliseringen. (Verdier, Riddselius och Chudy 2010) Klädindustrin berörs mycket av detta, då produktionen och leverantörskedjorna ofta är spridda över flera världsdelar.

Enligt Naturvårdsverket (2010) pågår det idag en överkonsumtion i världens rikaste länder, där Sverige och klädkonsumtionen är inkluderat. Om hela jordens befolkning skulle ha samma levnadsstandarder som vi i Sverige skulle det vidare behövas tre jordklot för att täcka upp för det ekologiska fotavtryck och den miljöpåverkan vi lämnar efter oss. Enligt Gustafsson och Ekström (2012) har klädkonsumtionen ökat i Sverige med 53 procent under åren 1999-2009. Denna ökade konsumtion och produktion av kläder innebär att stora naturresurser tas i anspråk. Bomull är det vanligaste materialet i kläder och utnyttjas i textiltillverkningen hos samtliga fyra undersökta företag i vår studie. För att tillverka ett kilo bomull krävs 29.000 liter vatten, mängder av jordbrukskemikalier samt olika bekämpningsmedel som alla påverkar miljön. (WWF 2015)

3.3 VAL AV FÖRETAG

Vi valde att undersöka fyra företag då detta ger oss möjligheten att jämföra företagen med varandra och se eventuella likheter och skillnader i vad de anser vara väsentligt. Genom att studera rapporter mellan år 2012 och år 2014 kan vi se om det skett någon utveckling över tid. Detta tidsspänn diskuterades fram och ansågs rimligt då det inkluderar ett år innan introduktionen av <IR> ramverket (2012), året då det introducerades (2013) och ett år efter (2014), där företagen har haft chans att tillämpa <IR> ramverket.

Vid val av specifika företag som skulle ingå i studien hade vi vissa utgångspunkter:

- Svenska företag inom klädbranschen
- Börsnoterade
- Uppför hållbarhetsredovisning

Vi valde att undersöka svenska klädföretag som är börsnoterade då dessa företag har högre krav från externa intressenter på att hållbarhetsredovisa. H&M, KappAhl, Lindex och MQ valdes ut då de alla är aktiva inom den svenska klädbranschen och upprättar redovisning i enlighet med *International Financial Reporting Standards* (IFRS). Att välja företag som tillämpar samma regelverk ökar jämförelsebarheten företagen emellan.

H&M, Lindex, KappAhl och MQ bekräftar alla på respektive hemsidor, samt i årsredovisningar och hållbarhetsrapporter att man jobbar aktivt med olika CSR-frågor, uppförandekoder och andra sociala ansvarstaganden. Hållbarhet prioriteras högt av samtliga företag och är ett område som alla fyra företag anser mycket viktigt och lägger ner stora resurser på. Trots detta är skandaler kring området återkommande i media. Alla fyra företag har större delen av sin klädproduktion i andra länder än Sverige, framförallt i Europa och Asien. Det är också i dessa komplexa leverantörskedjor många CSR-skandaler uppmärksammas. H&M har bland annat anklagas för att betala för låga löner samt ha extremt långa arbetsdagar för textilarbetare i Kambodja (SvD 2012), underkända fabrikslokaler i Bangladesh vilket orsakat dödsolyckor (Affärsvärlden 2015), och för att begått människorättsbrott då man handlar bomull från Etiopien där människorna fått fly på grund av så kallad landgrabbing (Kalla Fakta 2014).

Denna komplexa verksamhet och dess framtida utmaningar motiverar vidare vårt val av bransch för studien. Hur kommer det sig att dessa fyra utvalda företag som lägger enorma resurser på arbetet rörande icke-finansiell rapportering, ändå varit med i återkommande mediaskandaler där CSR-åtaganden inte efterlevts?



3.4 INSAMLING AV MATERIAL

I vår undersökning har vi gjort en s.k. skrivbordsundersökning och utgått från information som finns återgiven de valda företagens årsredovisningar samt hållbarhetsrapporter. Vi har valt att studera deras rapportering över en tidsperiod på tre år, 2012-2014. Årsredovisningarna har vi tagit från företagens officiella hemsidor. Det är våra huvudsakliga källor till studiens empiri då de är de enda källorna, direkt utställda av företagen, som vi har haft tillgång till. Vid insamlandet av vetenskapliga artiklar och teorier till vår teoretiska referensram har vi sökt på ett antal olika databaser t.ex. Libris, Science Direct, Business Source Premier samt FAR online. Några av det mest frekvent använda sökorden har varit; “integrated reporting”, “materiality”, “materiality analysis”, “sustainability”, “GRI”, “Triple bottom line”, “stakeholder”, “stakeholder dialogue” och “value”.

Databaserna vi valt att använda oss av är alla sökmotorer där vi kunnat avgränsa våra sökningar till endast vetenskapliga artiklar, vilket passat vår studie. Databaserna har tillgång till artiklar som berör vårt forskningsområde vilket gjort användningen av dem fördelaktig.

3.5 BEARBETNING AV MATERIAL

Analysarbetet innebar i första hand att bekanta oss med materialet och samtliga rapporter studerades överskådligt. Varje årsredovisning genomsöktes med orden “hållbarhet” och “väsentlighet” för att se vart i redovisningen företaget ger information om detta. Potter och Wetherell (1994) menar att det är fördelaktigt att kunna använda sig av redan befintligt material, vilket är tidssparande och effektivt. Studien har krävt analys av flera diskurser och därför har tillgång till årsredovisningar/hållbarhetsrapporter underlättat och effektiviserat undersökningen. Inledningsvis studerades GRI:s och IIRC:s diskurser rörande väsentlighet (*materiality*). Detta för att skapa oss en uppfattning om vad väsentlighet innebär enligt de två olika ramverken. Denna information användes sedan som grund och utgångspunkt vid analys av företagens rapporter. I de två ramverken beskrivs olika aspekter av väsentlighet, vilka vi sammanställt i följande punkter:

- Definition av väsentlighet
- Vilka intressenter riktar sig ramverken mot?
- Hur processen ser ut vid genomförandet av väsentlighetsanalys

Den insamlade informationen har sammanställts i en tabell för att ge god översikt över skillnaderna och likheterna mellan de olika ramverken.

Varje företag studerades sedan var för sig och deras årsredovisningar analyserades i kronologisk ordning för att få en så tydlig överblick som möjligt över utvecklingen genom åren. Med utgångspunkt i våra ställda forskningsfrågor och i den teoretiska referensramen, har följande frågor tagits fram för studiens empiri:

- Är hållbarhetsrapporten kombinerad med årsrapporten eller i en separat rapport?
- Vilket hållbarhetsramverk/regelverk tillämpas?
- Presenteras väsentlighetsanalys i årsredovisningen/hållbarhetsrapporten?
- Om ja; vilka områdena är väsentliga?
- Om nej; framgår det på annat sätt vilka områdena företaget fokuserar på?
- Vad baseras väsentlighetsanalysen på?
- Presenteras företagets intressenter? I sådana fall, vilka är de?

- Om ja, fram går det vilka intressenter som är av störst vikt för företaget?
- Utförs hållbarhetsarbetet på respektive avdelning eller har företaget en specifik CSR-avdelning?
- Är hållbarhetsrapporten upprättad för att ge insikt i arbetet över kort eller lång tid?
- Nämnas det i rapporterna att hållbarhet är en del av värdeskapandet?

3.6 ANALYS AV MATERIAL

I det inledande stadiet av vår analys av de empiriska resultaten har en jämförelse företagen emellan gjorts för att kunna bedöma om några trender inom branschen kan hittas. Detta underlättades av de utgångspunkter vi tagit fram för granskning av rapporterna. Vi har också gjort en analys för varje enskilt företag för att se om någon förändring skett över tid. Därefter har vi jämfört vårt resultat med de egenskaper vi konstaterat från <IR> ramverkets och GRI:s avsnitt om väsentlighet.

För att sedan kunna tolka och förstå resultatet av vår empiriska studie ytterligare, har vi valt att använda oss av några större teorier, institutionell teori och intressentteorin, samt tidigare forskning gjord på ämnet. Dessa teorier har tidigare använts för att förklara resultat i forskning på studiens område (e.g. Searcy och Buslovich 2013; Beck, Dumay och Frost 2015), och vi tror därmed att de kommer vara en bra utgångspunkt för vår diskussion. Institutionell teori kan användas för att förklara varför företag inom samma bransch tenderar att likna varandra och agera på samma sätt, vilket gör teorin relevant för studien. Även intressentteorin kan bidra till klarhet kring varför de utvalda företagen prioriterar liknande frågor, då branschen överlag har samma typ av intressenter. Grundtanken i intressentteorin är att företaget ska skapa mervärde till samtliga intressenter och inte bara för aktieägarna. Som nämnt ovan är detta ett av syftena med hållbarhetsredovisning, vilket gör intressentteorin aktuell för vår analys.

3.7 RELIABILITET OCH VALIDITET

En studies reliabilitet avgörs av hur man genomför mätningarna och hur väl man bearbetar den insamlade datan. Validitet syftar till *vad* som mäts och huruvida detta framgår korrekt i forskningsfrågan. (Holme och Solvang 1997) Den checklista som togs fram vid analys av företagens rapporter har bidragit till att öka studiens validitet då de områden som undersökts är relevanta för vår forskningsfråga. Att undersöka rätt aspekter av redovisningarna har varit grunden för vår diskussion kring ämnet.

Vid insamling av data har vi övervägt våra val av källor för att studien ska bli så pålitlig som möjligt. Årsredovisningar och hållbarhetsrapporter är de dokument som undersökts och en eventuell felkälla kan vara om företagen ej återgett verkligheten korrekt i dessa. För att minimera risken för felkällor har vi som nämnt innan valt företag med samma räkenskapsår och företag som alla redovisar i enlighet med IFRS. Då IFRS är ett principbaserat regelverk ger det större utrymme för egna tolkningar, jämfört med ett regelbaserat redovisningssystem, vilket kan resultera i en eventuell försköning av verkligheten. (Marton, Lumsden, Pettersson och Lundqvist 2013) Detta är något som vi haft i åtanke när studien genomförts. Vid bedömning av resultatet och vad företagen valt att presentera har vi som användare fått anta att företagen tagit fram dessa data på ett tillförlitligt sätt.

Att studien endast undersökt fyra olika företag är en begränsning. Det innebär att generaliseringar utifrån vårt resultat eventuellt inte speglar verkligheten i hela branschen. Holme och Solvang (1997) menar att i en undersökningssituation så möts två skilda



verklighetsuppfattningar. Personen som utför studien har en förutfattad uppfattning av problematiken som är präglad av dennes erfarenheter och preferenser och vidare har den enhet som undersöks en annan verklighetsuppfattning. Undersökningsenheten behöver inte vara medveten om det problem som de undersöks utifrån, vilket är fallet i vår studie. Det finns därför en risk att den verkliga situationen inte speglas korrekt.

4 EMPIRI

Kapitlet är indelat i fyra avsnitt där varje undersökt företag presenteras var för sig. Det empiriska materialet återges först i löpande text och sedan sammanställs informationen i en

tabell för att ge en överskådlig bild. Materialet ligger vidare till grund för diskussionen och för att kunna besvara båda forskningsfrågorna.

4.1 H&M

H&M öppnade sin allra första butik 1947 och introducerades på NASDAQ OMX Stockholm år 1974. Idag är de verksamma i över 60 länder, i sex olika världsdelar med totalt 3924 butiker världen över. Omsättningen för år 2014 var 210 miljarder kronor. H&M har sedan år 2002 valt att upprätta en årlig hållbarhetsredovisning utöver sin årsrapport, vilket främst fokuserar på företagets hållbarhetsstrategier, deras mål, resultat och vilka material som används i produktionen.

Hållbarhetsrapporten för år 2012 har upprättats i enhet med GRI G3 hållbarhetsriktlinjer vilka också stödjer FN:s tio principer om ansvarsfullt företagande. För år 2013 samt år 2014 antogs istället GRI G4:s riktlinjer, vilka också följer FN:s tio principer om ansvarsfullt företagande. Hållbarhetsrapporterna för de tre studerade åren 2012, 2013 och år 2014 är alla uppbyggda på H&M:s ”Seven Commitments”, där varje åtagande är indelat i ett kapitel för sig. De sju åtagande är;

- *Erbjuda mode för medvetna kunder*, vilket bland annat innebär en produktion bestående av hållbart material. Bomull är det material som används allra mest, vilket också beskrivs utförligt och genomgående i alla hållbarhetsrapporterna.
- *Välja och belöna ansvarstagande partners*.
- *Var etisk*, tyngd läggs på utvalda ord som integritet, respekt, ärlighet och ansvarstagande i de alla utvalda hållbarhetsrapporterna. Det anses viktigt att säkerställa medvetenheten och förståelsen för H&Ms etiska uppförandekod där man uppmuntrar olikheter och säkerställer jämställdheten mellan kollegor.
- *Var klimatsmart*, där olika sätt hur man minskar klimatpåverkan presenteras.
- *Minska, återanvänd, återvinning*, beskrivs som ett försök att minska utfallet och minimera påverkan på mark och vatten, och där man återanvänder och återvinner allt man kan.
- *Utnyttja naturresurser på ett ansvarstagande sätt*.
- *Förstärk gemenskapen*, inkluderar sättet H&M gör affärer på och hur dess värderingar samt tillväxt påverkar människor runt om i världen.

År 2012, 2013 och år 2014 hade H&M runt 170 anställda som arbetade med hållbarhet som sin centrala huvuduppgift. All information och data är insamlad av hållbarhetsarbetslag från olika ansvarsavdelningar inom företaget, samt genom rapportering från leverantörer, transportörer samt genom samarbetspartners. Informationen till rapporten har tagits fram genom H&M:s hållbarhetsarbetslag ute på respektive avdelning. Kommentarer från intervjuer med intressenter är återkommande i hela rapporten. Hållbarhetsredovisningen är uppbyggd på de sju antaganden (beskrivna ovan) där varje antagande presenteras var för sig i rapporten. I anslutning till varje antagande presenteras kommentarer från intressenterna och de medvetna handlingar som gjorts/görs inom varje område. För år 2012 presenterar H&M sin information och sina handlingar i löpande text och utan något uttalande om vad som fokuserats mer eller mindre på. År 2013 och 2014 visar H&M vilka områden under dessa sju utvalda avsnitt som de fokuserat mer på.

4.1.1 VÄSENTLIGHETSANALYS

Under alla tre åren framgår det att H&M gjort en väsentlighetsanalys men endast för år 2013 och 2014 presenteras analysen och de identifierade väsentliga områdena. År 2012 togs de

mest väsentliga aspekterna fram under en årlig process där man samlat information från flera olika källor. Till exempel har man under året genomfört systematiska, dagliga dialoger med intressenterna. Informationen om vad som anses vara väsentligt sägs också ha samlats in genom media samt genom kund- och medarbetarundersökningar. H&Ms Business intelligence group har tillsammans med företagets hållbarhetsexperter samlat in informationen och därefter identifierat vad som bör prioriterats i deras hållbarhetsarbete, samt arbetat med att ta fram de frågor som anses vara mest väsentliga. Informationen som anses mest väsentlig är framtagen för till ett brett spann av intressenter, såsom kunder och medarbetare. Det framgår dock inte vilka väsentliga aspekter man identifierat år 2012.

År 2013 och 2014 valde H&M att inkludera en väsentlighetsmatris över de väsentliga aspekterna man tagit fram. För att identifiera denna information användes år 2013 externa standarder såsom GRI G4 Aspect list, olika frågeformulär, dialoger med aktieägare, investerare och andra intressenter. Noga granskningar gjordes, och med hänsyn till vad som sagts i media och förordningar från lagen togs en lista fram med ett begränsat antal relevanta och väsentliga frågor. Prioriteringen och rangordning av dessa väsentliga aspekter gjordes sedan med hänsyn till dess inflytande de hade på företagets intressenter. Inflytandet innebar följaktligen vilken betydelse de hade för intressenternas ekonomiska, miljömässiga och sociala beslut. Denna rangordnade lista utgjorde sedan grunden för den väsentlighetsmatris som framställdes för år 2013, och som finns inkluderad i hållbarhetsrapporten. 60 aspekter identifierades som väsentliga, vilka grupperades in i 25 fokusområden och som vidare sammanställdes i väsentlighetsmatrisen. För att senare bekräfta att matrisen som tagits fram faktiskt speglade det mest väsentliga valdes en intressent från varje intressentgrupp (11 stycken totalt) som alla fick ge kommentarer och feedback. Deras åsikter finns vidare bifogade i rapporten. Väsentlighetsanalysen år 2014 är baserad på den lista med väsentliga aspekter som togs fram för år 2013. När väsentlighetsmatrisen för år 2014 gjordes, tog H&M också hänsyn till de omdömen som getts av företagets intressenter och deras feedback från 2013 års rapport. Efter denna bedömning ansåg H&M att deras väsentlighetsmatris fortfarande var aktuell från föregående år, men att två justeringar var nödvändiga för att svara på intressenternas feedback. Den första berörde djurskydd, då intressenterna efterfrågade ett större fokus på området. När man läser i hållbarhetsrapporten kan man tydligt se att frågan tagits i anspråk då ämnet fått ett eget avsnitt under H&M:s åtagande ett, *erbjudna mode för medvetna kunder*. Här presenterar H&M vidare sin strategi, sitt agerande och sina framtida satsningar inom området djurskydd. Den andra justeringen som gjorts i samband med feedback från år 2013, var att förbättra leverantörskedjorna. Uppbyggnaden av 2013 och 2014 års hållbarhetsrapport är annars lika. År 2012 skiljer sig då en väsentlighetsmatris inte använts och då man inte valt att rangordna de mest väsentliga aspekterna.

4.1.2 INTRESSEENTER

H&M:s VD säger i hållbarhetsrapporten för år 2012 att det är viktigt att ha en öppen, daglig dialog och ett nära samarbete med företagets leverantörer och intressenter. Detta är något som återkommer i de senare årens rapporter också, där man även år 2013 vill involvera mer mångfald och tankar från en bredare grupp, vilket H&M i sin tur anser leda till innovation. De intressenter som nämns i samtliga rapporter, och vilka man för en daglig dialog med är kunder, kollegor, samhället, anställda, leverantörer, branschkollegor, icke-statliga organisationer, internationella statliga organisationer, media, investerare och normgivare.

Det finns inte tydligt utskrivet i rapporterna vilka intressenter som H&M anser mest viktiga. Genom att studera rapporterna är dock företagets anställda, medarbetare, kunder och leverantörer i centrum. Exempelvis i åtagande ett (*Erbjudna mode för medvetna kunder*) fokuserar man främst på kollegor och kunder. I åtagande två (*Välja och belöna*



ansvarstagande partners) ges störst uppmärksamhet till företagets leverantörer samt arbetarna som jobbar på fabrikerna där produktionen sker. Här nämns också att ett starkt samarbete med branschkollegor är viktigt för H&M.

4.1.3 HÅLLBARHET I ÅRSREDOVISNING

Redan från första sidan i H&M:s årsredovisningar för år 2012, 2013 och 2014 trycker man på det ansvar man tar gentemot samhället och miljön. Här skriver H&M om sina grundläggande värderingar, vilka resurser som läggs på hållbarhetsarbetet, samt att man har en stor respekt för individen och tron på människan. Man skriver upprepade gånger om hållbar utveckling i form av att erbjuda fler hållbara alternativ och produkter för kunderna, om sin återvinning och återanvändningsarbete samt vikten av en öppen och dynamisk arbetsplats där individer får möjlighet att utvecklas tillsammans. Företagets CSR-arbete berörs redan i inledningen och löper som en röd tråd genom hela årsrapporterna. I stort redovisas H&M:s hållbarhetsarbete i två övergripande avsnitt i årsredovisningarna för år 2012, 2013 och 2014. Det första området "H&M driver hållbar utveckling" beskriver dess omfattande arbete inom miljö, etik, mänskliga rättigheter och antikorruption. Hur man arbetar på ett så klimatsmart sätt som möjligt, återvinner, återanvänder och hur H&M vidare stöttar samhällsutvecklingen, är engagerade och hur man väljer att ta ansvar. Det andra avsnittet, "En dynamisk arbetsplats" förklarar företagets tro på människan och vikten av att utveckla en dynamisk arbetsplats, där man bland annat menar att medarbetarna växer med H&M.

Hållbarhetsinformationen i de tre följande åren liknar varandra innehållsmässigt. År 2013 nämner H&M för första gången att hållbarhetsarbetet är en förutsättning för företagets utveckling och bör därför betraktas som en integrerad del av verksamheten. Detta utvecklas till år 2014 och då det upprepas på fler ställen. Man säger att hållbarhet är en integrerad del i H&M:s verksamhet och ska inkluderas i allt de gör. I årsredovisningen för år 2013 och 2014 presenteras även sex utvalda nyckeltal utvecklingen av H&Ms hållbarhetsarbete. Dessa sex nyckeltal inkluderar: ett bredare användande av hållbara material, ett slutet kretslopp för textilfibrer, att minska utsläpp av växthusgaser, minska energianvändningen, uppnå högre efterlevnad av uppförandekoden och att man ska upptäcka överträdelser mot antikorruption. H&M nämner i sin årsredovisning för både år 2012, 2013 och 2014 att dess omfattande arbete för ökad hållbarhet ska gynna företagets långsiktiga utveckling. De skriver även att deras CSR arbete är nära kopplat till H&M:s strategi samt deras affärsidé. Strategin innebär vidare att ansvaret inom de sociala och miljömässiga frågorna ligger på var och en av koncernens funktioner och att den centrala avdelningen för hållbarhetsfrågor sätter koncernmål och riktningar för företagets hållbarhetsarbete och ska vidare fungera som stödfunktioner i de olika hållbarhetsfrågorna.

4.1.4 TABELL ÖVER H&M

	2012	2013	2014
Är hållbarhetsrapporten kombinerad med årsrapporten eller i en separat rapport?	Separat hållbarhetsrapport	Separat hållbarhetsrapport	Separat hållbarhetsrapport
Vilket hållbarhetsramverk/regelverk tillämpas?	GRI G3 (Nivå B)	GRI G4	GRI G4



Presenteras väsentlighetsanalys i årsredovisningen/hållbarhetsrapporten?	Delvis, det framgår att en analys har gjorts men inte vilka områden som är väsentliga	Ja	Ja
Om ja; vilka områdena är väsentliga?	-	1. Medvetna produkter och material 2. Hantering av leverantörskedjor 3. Mänskliga rättigheter 4. Levnadslöner 5. Sluta cirkeln på textilfibrer 6. Industri relationer 7. Öka leverantörsprestationerna 8. Klimat 9. Kemikaliehantering 10. Vattenförvaltning 11. Involvera kunder och medarbetare	1. Medvetna produkter och material 2. Hantering av leverantörskedjor 3. Mänskliga rättigheter 4. Levnadslöner 5. Sluta cirkeln på textilfibrer 6. Industri relationer 7. Klimat 8. Vattenförvaltning 9. Kemikaliehantering 10. Involvera kunder och medarbetare 11. Djurskydd
Om nej; framgår det på annat sätt vilka områdena företaget fokuserar på?	Delvis, genom H&M:s sju åtaganden (seven commitments)		
Vad baseras väsentlighetsanalysen på?	Genom dagliga dialoger med intressenter, media, kund och medarbetarundersökningar. H&M:s Business intelligence group samlar tillsammans med företagens hållbarhetsexperter in informationen.	Externa standarder som GRI G4 Aspect list, frågeformulär, dialoger med aktieägare, investerare och intressenter. Olika granskningar gjordes, samt hänsyn till vad som sagts i media och i enhet med lagen.	Baserad på den lista över väsentliga aspekter som togs fram år 2013. Omdömen och feedback från intressenter samlades in och vissa justeringar konstaterades vara nödvändiga.
Presenteras företagens intressenter? I sådana fall, vilka är de?	Ja, • Kunder • Kollegor • Samhället • Anställda • Leverantörer • Branschkollegor • Icke-statliga organisationer • Internationella statliga organisationer • Media • Investerare • Normgivare	Ja, • Kunder • Kollegor • Samhället • Anställda • Leverantörer • Branschkollegor • Icke-statliga organisationer • Internationella statliga organisationer • Media • Investerare • Normgivare	Ja, • Kunder • Kollegor • Samhället • Anställda • Leverantörer • Branschkollegor • Icke-statliga organisationer • Internationella statliga organisationer • Media • Investerare • Normgivare
Om ja, fram går det vilka intressenter som är av störst vikt för företaget?	Nej. Men fokus riktas mot vissa parter.	Nej. Men fokus riktas mot vissa parter.	Nej. Men fokus riktas mot vissa parter.
Utförs hållbarhetsarbetet av en separat CSR-avdelning, eller finns CSR ansvar på varje enskild avdelning?	Hållbarhetsarbetet utförs på respektive avdelning.	Hållbarhetsarbetet utförs på respektive avdelning.	Hållbarhetsarbetet utförs på respektive avdelning.



Nämn hållbarhet som en del av värdeskapandet?	Nej	Nej	Nej
Hållbarhetsrapporten tidshorisont	Lång sikt	Lång sikt	Lång sikt
Finns hållbarhet med i kärnvärdena/strategin	Ja, det är en del av deras affärsidé och strategi	Ja, det är en del av deras affärsidé och strategi	Ja, det är en del av deras affärsidé och strategi

4.2 LINDEX

Lindex grundades år 1954 i Alingsås, Sverige och har idag 491 butiker i 16 länder. Sedan år 2007 är Lindex en del i den finska koncernen Stockmann Group som är noterat på NASDAQ OMX Helsingfors. Koncernen upprättar en separat årsredovisning och CSR-rapport varje år. Lindex är en del av dessa rapporter men publicerar även egna årsredovisningar och hållbarhetsrapporter. År 2014 hade Lindex en nettoomsättning på 2478 MSEK.

För år 2012 har Lindex upprättat en klimatredovisning vilken endast speglar företagets klimatpåverkan. Däremot har koncernen Stockmann Group gjort en CSR-rapport där Lindex utgör en del. År 2013 och år 2014 upprättade Lindex separata hållbarhetsrapporter.

I hållbarhetsrapporten från år 2013 och 2014 beskriver Lindex att hållbarhetsarbete är en del av företagets värderingar och att arbetet sköts av interna medarbetare. Varje affär är skyldig att ta ansvar och att aktivt arbeta med hållbarhet som del av det dagliga arbetet. Det anges dock att det huvudsakliga ansvaret för hållbarhetsarbetet ligger hos ledargruppen och företagets VD. Det framgår vidare i hållbarhetsrapporterna från år 2013 och år 2014 att Lindex långsiktiga hållbarhetsarbete baseras på de 10 principer som återfinns i FN:s Global Compact och företaget menar att hållbarhetsarbetet är en del av företagets strategi. Lindex tillämpar under år 2013 GRI:s riktlinjer G3 och har i slutet av rapporten inkluderat checklistan över G3:s indikatorer samt hur väl man uppfyllt dessa. Under år 2014 har rapporten baserats på GRI:s nya principer, G4. I denna rapport har man valt att inkludera G4:s indikatorer i anslutning till beskrivningen av de berörda områdena i rapporten. Rapporteringen av hållbarhetsverksamheten återges separat från all finansiell information.

4.2.1 VÄSENTLIGHETSANALYS

I klimatrapporten från 2012 återges ingen information om väsentlighetsanalys. I hållbarhetsrapporterna från år 2013 och år 2014 har man inkluderat information om väsentlighetsanalysen som utförts. I hållbarhetsrapporten från år 2013 beskriver Lindex hur man genomfört en väsentlighetsanalys för att urskilja vilka hållbarhetsområden som ska inkluderas i rapporteringen. Analysen grundar sig i dialog med Lindex viktigaste intressenter, nyckelpersoner inom Lindex och Stockmann gruppen, samarbetspartners samt med externa experter. Genom att genomföra en analys ämnar Lindex att kunna avgöra de viktigaste områdena för verksamheten och hur de olika frågorna bör prioriteras. Väsentlighetsanalysen uppdateras varje år. Resultatet av analysen för år 2013 blev att följande områden är av störst vikt och väsentliga för verksamheten;

- Hållbart mode; design, produktsäkerhet, kvalitetsarbete, kemiska kontroller
- Socialt ansvar; skydda och stötta mänskliga rättigheter genom att följa uppförandekoden
- Minska klimatpåverkan



- Effektiv resursanvändning och återvinning av energi, elektricitet, material och vatten
- Engagemang i och stärkande av de lokala samhällena
- Entusiastiska anställda
- Etik och anti-korruption

De väsentliga områdena anges utan inbördes ordning i hållbarhetsrapporten. Även för år 2014 beskrivs hur en väsentlighetsanalys har genomförts för att identifiera de väsentliga aspekterna och deras trösklar. Detta år är tillvägagångssättet mer utförligt beskrivet i en stegprocess;

1. Identifiering av väsentliga aspekter genom intervjuer och undersökningar med företagets intressenter (kunder, leverantörer, investerare, media etc.) samt via feedback som getts av kunder, intresseorganisationer och de anställda.
2. Prioritering och godkännande; de väsentliga aspekterna prioriterades efter påverkan och relevans för strategin samt utifrån intressenternas synpunkter. Bedömningen godkändes sedan av koncernens CSR-grupp.
3. Granskning; resultatet av analysen jämfördes med GRI och G4:s indikatorer och man bestämde en tröskel för varje enskild väsentlig aspekt. Granskningen godkändes sedan av koncernens CSR-grupp.

Väsentlighetsanalysen har likt föregående år baserats på dialog med Lindex intressenter. Man har också gjort en intressentundersökning på området CSR som skickats ut till lojala kunder och anställda. För att få leverantörers, investerares, icke-statliga organisationer samt medias infallsvinklar, genomfördes att antal intervjuer med dessa grupper. Utöver detta användes också feedback från kunder och anställda samt undersökningar som gjorts av icke-statliga organisationer för att ta fram de väsentliga områdena. Resultatet av väsentlighetsanalysen blev att 31 stycken aspekter identifierades som väsentliga och dessa delades i sex grupper;

- Bolagsstyrning (*Corporate Governance*)
- Kundorientering
- Arbete och välbefinnande
- Produkter och produktsäkerhet
- Ansvarsfull leverantörskedja
- Energi- och materialeffektivitet

Det beskrivs i rapporten hur väl målen inom dessa områden uppfylls i förhållande till G4:s indikatorer. (Lindex 2014)

4.2.2 INTRESSEENTER

Lindex strävar efter att ha ett aktivt åsiktsutbyte med sina intressenter och menar att detta främjar värdeskapandet, stärker relationer, ökar företagets kunskap om sin omgivning samt minskar företagets risker. De har identifierat sina viktigaste intressenter för år 2013 och år 2014, vilka vidare är de som påverkar samt påverkas mest av Lindex verksamhet. De mest betydelsefulla intressenterna är kunder, studenter, leverantörer, fabriksarbetare, investerare, anställda, myndigheter, samarbetspartners, branschkollegor samt icke-statliga organisationer (NGO:s). De anges inte någon prioriteringsordning bland intressenterna.

4.2.3 HÅLLBARHET I ÅRSREDOVISNING

I Lindex årsredovisningar från 2012 och 2013 ges ingen information om företagets hållbarhetsarbete eller hur man utfört en väsentlighetsanalys. I årsredovisningen från år 2014 nämns vikten av hållbarhetsarbetet men ej hur det integreras i verksamhetens aktiviteter.

4.2.4. TABELL ÖVER LINDEK

	2012	2013	2014
Är hållbarhetsrapporten kombinerad med årsrapporten eller i en separat rapport?	Endast klimatrapport (separat från årsredovisningen)	Separat hållbarhetsrapport	Separat hållbarhetsrapport
Vilket hållbarhetsramverk/regelverk tillämpas?	Ingen information	GRI G3 (nivå C) och principerna I FN-initiativet Global Compact	GRI G4 och principerna I FN-initiativet Global Compact
Presenteras väsentlighetsanalys I årsredovisningen/ hållbarhetsrapporten?	Nej	Ja	Ja
Om ja; vilka områdena är väsentliga?		<ul style="list-style-type: none"> Hållbart mode; design, produktsäkerhet, kemiska kontroller Socialt ansvar; skydda och stötta mänskliga rättigheter Minska klimatpåverkan Effektivt resursanvändning Engagemang i och stärkande av de lokala samhällena Entusiastiska anställda Etik och anti-korruption 	<ul style="list-style-type: none"> Kundorientering Arbete och välbefinnande Produkter och produktsäkerhet Ansvarsfull leverantörskedja Energi- och materialeffektivitet Bolagsstyrning (<i>Corporate Governance</i>)
Om nej; framgår det på annat sätt vilka områden företaget fokuserar på?	Nej	-	-
Vad baseras väsentlighetsanalysen på?	Ingen information	Dialog med: <ul style="list-style-type: none"> De viktigaste intressenterna, Nyckelpersoner inom Lindex och Stockmann gruppen, Samarbetspartners Externa experter 	<ul style="list-style-type: none"> Dialog med de viktigaste intressenterna, Undersökningar gjorda med lojala kunder och anställda Intervjuer med leverantörer, icke-statliga organisationer, investerare samt media Feedback från kunder och anställda Undersökningar som gjorts av icke-statliga organisationer på CSR-området
Presenteras företagens intressenter? I sådana fall, vilka är de?	Nej	Ja, <ul style="list-style-type: none"> Kunder Studenter Leverantörer Fabriksarbetare Investerare Anställda Myndigheter Samarbetspartner Branschkollegor Icke-statliga organisationer (NGO:s) 	Ja, <ul style="list-style-type: none"> Kunder Studenter Leverantörer Fabriksarbetare Investerare Anställda Myndigheter Samarbetspartner Branschkollegor Icke-statliga organisationer (NGO:s)



Om ja, fram går det vilka intressenter som är av störst vikt för företaget?	Ingen information	Nej	Nej
Utförs hållbarhetsarbetet av en separat CSR-avdelning, eller finns CSR ansvar på varje enskild avdelning?	Ingen information	Hållbarhetsarbetet utförs på respektive avdelning och butik, dock har ledningen har det yttersta ansvaret för hållbarhetsarbetet	Hållbarhetsarbetet utförs på respektive avdelning och butik, dock har ledningen har det yttersta ansvaret för hållbarhetsarbetet
Nämns hållbarhetsarbetet som del av värdeskapandet?	Nej	Ja, <ul style="list-style-type: none"> Intressentdialogen skapar värde Vilket värde som har genererats till olika intressentgrupper presenteras 	Ja, <ul style="list-style-type: none"> Vilket värde som har genererats till olika intressentgrupper presenteras
Hållbarhetsrapporten tidshorisont	Ingen information	Lång tid	Lång tid
Finns hållbarhet med i kärnvärdena/strategin?	Nej	Ja, det är del av strategin	Ja, det är del av kärnvärdena och strategin

4.3 MQ

MQ grundades år 1957 och blev år 2010 börsnoterade på NASDAQ OMX Stockholm. Idag är företaget verksamma i både Norge och Sverige med sammanlagt 119 butiker. År 2014 uppgick nettoomsättningen till 1557 MSEK, vilket innebar en ökning på 3,3 % från föregående år.

År 2009 publicerade MQ sin första separata hållbarhetsredovisning och sedan dess har en rapport tagits fram årligen. MQ har valt att dela in sitt hållbarhetsarbete i tre övergripande områden, vilka presenteras i tre olika avsnitt i rapporterna. Dessa områden är *Ansvarsfull produktion*, vilket innebär att alla produkter tagits fram på ett ansvarsfullt sätt vad det gäller arbetsmiljö, arbetsvillkor och gentemot miljön. *Engagerade medarbetare*, vilket innebär att företaget skapar förutsättningar till en inspirerande arbetsplats där dess medarbetare kan känna glädje och engagemang. *Medvetna kunder*, där målet är ta fram och erbjuda produkter som producerats på ett ansvarsfullt sätt och med god kvalitet till företagets kunder. Dessa tre övergripande områden säger företaget själva är vägen mot ett hållbart MQ. Syftet med en separat hållbarhetsredovisning anser företaget vara för att ge konsumenter, leverantörer, ägare och media en ökad förståelse för hur hållbarhetsarbetet går till och vilka förändringar som görs inom området. VD och koncernledningen anses vidare ha störst ansvar för upprättandet och utformningen. Hållbarhetsrapporten ska ge företagets intressenter en transparent inblick i både framgångar och svårigheter för att visa hur företaget ärligt tar sig an hållbarhetsarbetet på lång sikt. I rapporten för år 2014 sägs syftet också vara att även ur ett kortsiktigt perspektiv visa hur man arbetar. I 2014 års hållbarhetsrapport uttrycker MQ, jämförelsevis med tidigare studerade år, att dess hållbarhetsarbete nu ses som en mer strukturerad, metodiskt och integrerad del av verksamheten. MQ poängterar att hållbarhetsarbetet ska vara en integrerat i alla led i företagets affärsverksamhet. I hållbarhetsrapporten för år 2014 säger sig även VD:n att framtagandet av samtliga strategier och processer involveras i ett hållbarhetsarbete, och att de tre aspekterna; social, miljömässig och ekonomiskt ansvarstagande, ses som en självklar del i affärsutvecklingen.

År 2012 och 2013 skriver företaget att man i flera avseenden använt GRI:s ramverk men inte fullt ut gällande tillämpningsnivåerna. Detta skiljer sig mot år 2014 då företaget inte nämner



något om vilket regelverk som följts. MQ skriver också under samtliga år i sina hållbarhetsrapporter att de för en direktdialog om hållbarhetsarbetet via kundservice, butikspersonal och genom hållbarhetsansvariga.

4.3.1 VÄSENTLIGHETSANALYS

MQ presenterar ingen väsentlighetsanalys för något av de undersökta åren.

4.3.2 HÅLLBARHETSOMRÅDEN SOM MQ FOKUSERAR PÅ

Hållbarhetsrapporter för år 2012, 2013 och 2014 är alla indelade i MQ:s tre övergripande områden, vilka nämns ovan. Dessa är engagerade medarbetare, medvetna kunder och ansvarsfull produktion, där varje område presenteras i var sitt kapitel i rapporten med ett omfattande innehåll. Det görs ingen värdering eller prioritering om något område eller någon aspekt är mer eller mindre viktig än någon annan.

Under första området, *ansvarsfull produktion*, har MQ skrivit, i löpande text just att de *fokuserat* på följande punkter, vilka också presenteras mer ingående i avsnittet. Dessa omfattar:

- Långsiktiga relationer och partnerskap med sina leverantörer
- Förbättrade arbetsvillkor i den globala leverantörskedjan.
- Integrerat CSR-arbete i inköpsprocessen
- Globala och lokala samarbeten
- Ansvarsfullt kemikaliearbete
- Hållbara material i produktionen
- Transporter, där man aktivt jobbar med minskat koldioxidutsläpp

Under andra området, *engagerade medarbetare*, presenteras inte för år 2012 om något särskilt fokus på utvalda aspekter gjorts, men de områden som nämns är jämställdhet, rättvisa, vikten av en stark företagskultur, nöjda medarbetare, plats för utveckling och tydligt ledarskap. Medarbetarenkäter har används för att samla in information. För år 2013 och 2014 presenteras samma områden men nu poängterar MQ vilka områden som lagts extra fokus på.

Under tredje avsnittet, *Medvetna kunder*, framgår det att samarbetet med organisationen Myrorna och Barncancerfonden är viktigt för MQ.

Informationsinnehållet och upplägget genom samtliga hållbarhetsrapporter under de tre åren är annars liknande.

4.3.3 INTRESSENER

I samtliga rapporter presenteras ett separat avsnitt om företagets intressenter. År 2012 och år 2013 presenterar företaget sina "viktigaste" intressenter som är kunder, medarbetare, leverantörer, ägare och ideella organisationer. Till år 2014 har ordet "viktigaste" uteslutits, och avsnittet presenteras endast som företagets intressenter. Ideella organisationer har nu också tagits bort från listan.

4.3.4 HÅLLBARHET I ÅRSREDOVISNING

I samtliga årsredovisningar för åren 2012, 2013 och 2014 finns ett eget avsnitt om *hållbar utveckling* där man presenterar hur företaget arbetar med sitt hållbarhetsarbete. Hur inköp och produktionen går till presenteras, urval och relationen till leverantörer, transporter och hur man ur ett miljömässigt sätt försöker minska koldioxidutsläppen, uppföljning och kontroller, hållbara material och djurrättspolicy. I samtliga årsredovisningar finns även ett avsnitt om

Medarbetaren, vilket handlar om att medarbetaren ska trivas, känna sig trygg och säker. Informationen hämtas in genom bland annat undersökningsenkäter. Någon väsentlighetsanalys presenteras inte heller i årsredovisningen och det framgår inte om något område eller någon aspekt är mer eller mindre viktig för verksamheten.

Informationsinnehållet och upplägget för hur man presenterar hållbarhet i årsredovisningarna är annars liknande för de tre åren som undersökts. I 2013 års årsredovisning inkluderas för första gången hållbarhet som en egen post under MQ:s mål och strategier. Man nämner här att man strävar efter att integrera hållbarhetsarbetet i alla delar av produktionskedjan och att alla deras strategiska punkter är framtagna ur ett socialt, ekonomiskt och miljömässigt perspektiv. *Hållbar produktion*, som tillkommit år 2013 under mål och strategier ersätts under år 2014 med *Hållbar utveckling*. Nu läggs ett större fokus på att integrera hållbarhet i hela kedjan och MQ menar att man ska ta ansvar för en social, miljömässig och ekonomisk hållbarhet, något som utvecklats innehållsmässigt från föregående år.

4.3.5 TABELL ÖVER MQ

	2012	2013	2014
Är hållbarhetsrapporten kombinerad med årsrapporten eller i en separat rapport?	Separat hållbarhetsredovisning	Separat hållbarhetsredovisning	Separat hållbarhetsredovisning
Vilket hållbarhetsramverk/regelverk tillämpas?	GRI G3 men inte fullt ut gällande tillämpningsnivåerna	GRI G3 men inte fullt ut gällande tillämpningsnivåerna	Nämns inte i rapporten
Presenteras väsentlighetsanalys i årsredovisningen/hållbarhetsrapporten?	Nej	Nej	Nej
Om ja; vilka områdena är väsentliga?	-	-	-
Om nej; framgår det på annat sätt vilka områdena företaget fokuserar på?	Ja, delvis <ul style="list-style-type: none"> • Ansvarsfull produktion • Engagerade medarbetare • Medvetna kunder 	Ja, tydligare <ul style="list-style-type: none"> • Ansvarsfull produktion • Engagerade medarbetare • Medvetna kunder 	Ja, tydligare <ul style="list-style-type: none"> • Ansvarsfull produktion • Engagerade medarbetare • Medvetna kunder
Vad baseras väsentlighetsanalysen på?	-	-	-
Presenteras företagets intressenter? I sådana fall, vilka är de?	Ja <ul style="list-style-type: none"> • Kunder, • Medarbetare • Leverantörer • Ägare • Ideella organisationer 	Ja <ul style="list-style-type: none"> • Kunder • Medarbetare • Leverantörer • Ägare • Ideella organisationer 	Ja. <ul style="list-style-type: none"> • Kunder • Medarbetare • Leverantörer • Ägare
Om ja, fram går det vilka intressenter som är av störst vikt för företaget?	Ja, de ovan nämnda skrivs tydligt ut att vara de viktigaste	Ja, de ovan nämnda skrivs tydligt ut att vara de viktigaste	Nej
Utförs hållbarhetsarbetet av en separat CSR-avdelning, eller finns CSR ansvar på varje enskild avdelning?	Framgår endast att VD och koncernledningen har störst ansvar för upprättande och utformning av hållbarhetsrapporten	Framgår endast att VD och koncernledningen har störst ansvar för upprättande och utformning av hållbarhetsrapporten	Framgår endast att VD och koncernledningen har störst ansvar för upprättande och utformning av hållbarhetsrapporten

Nämn hållbarhet som en del av värdeskapandet?	Nej	Nej	Nej
Hållbarhetsrapporten tidshorisont	Långsiktigt perspektiv	Långsiktigt perspektiv	Lång- och kortsiktigt perspektiv
Finns hållbarhet med i kärnvärdena/strategin?	Nej	Ja	Ja

4.4 KAPPAHL

KappAhl grundades år 1953 i Göteborg och har idag ca 400 butiker i Sverige, Norge, Finland och Polen. Företaget är noterat på NASDAQ OMX Stockholm och hade under 2014 en nettoomsättning på 4600 MSEK. KappAhl upprättar varje år en hållbarhetsrapport där det beskrivs vad som har hänt under året på området. Sedan år 2013 har hållbarhetsrapporten varit kombinerad med årsredovisningen. KappAhl beskriver på deras hemsida att de länge arbetat aktivt med hållbarhetsfrågor och producerade bland annat sin första ekologiska kollektion år 1993. Deras arbete med dessa frågor har sammanfattats i ett koncept; Future, Friendly, Fashion som togs fram år 2012. På KappAhls officiella hemsida förklaras konceptet så här;

“Future - Vi ska ha så liten miljöpåverkan som möjligt och spara på jordens resurser.”

“Friendly - Vi förbättrar ständigt villkoren för alla de som berörs av vår verksamhet i de länder där vi köper vår produktion.”

“Fashion - Du som kund ska också kunna lita på att våra plagg håller det vi lovar. Inget plagg hos oss ska innehålla skadliga kemikalier. Och det ska vara lätt för våra kunder att kunna göra ett hållbart val på KappAhl.”

På KappAhls hemsida konstaterar företaget att det finns mycket kvar att göra på hållbarhetsområdet och att det finns många framtida utmaningar för branschen. KappAhl hanterar dessa utmaningar genom att aktivt närvara i de länder där produktionen sker samt genom att samarbeta med intresseorganisationer och andra företag inom samma bransch. Man har nyligen tagit fram en hållbarhetsstrategi som sträcker sig från år 2015 till år 2020. I den presenteras det ovan nämnda konceptet mer ingående och vad KappAhl i framtiden förväntas åstadkomma med sitt hållbarhetsarbete. KappAhl är även medlem i “Better Cotton Initiative”, vilket är en intresseorganisation som kämpar för hållbar bomullsodling. Utgångspunkten för KappAhls hållbarhetsarbete är deras hållbarhetsvision som lyder;

”Vi agerar på ett ekonomiskt, miljömässigt och socialt hållbart sätt och skapar mode med omtanke om vår planet i dag och för framtiden.”

Det förklaras i hållbarhetsredovisningen från år 2012 att företaget arbetar systematiskt med vad som anses vara de mest centrala hållbarhetsfrågorna i branschen och vidare hur dessa påverkar processen; från råvara till slutligen konsumtion och återvinning. Hållbarhetsrapporterna för år 2012 och år 2013 har upprättats i enlighet med GRI:s riktlinjer G3. KappAhl beskriver att de närmar sig GRI:s nya riktlinjer, G4, då de utför mer omfattande rapportering kring verksamheten och deras leverantörskedja. I rapporten framgår det också att de ämnar följa riktlinjerna i G4 fullt ut år 2014 och detta ska nås via att göra en grundligare väsentlighetsanalys, vilket också blev fallet. Man har i samtliga hållbarhetsrapporter (2012-2014) inkluderat en tabell över samtliga GRI-indikatorer samt till vilken grad dessa har redovisats. Majoriteten av indikatorerna uppnår “fullt redovisad” medan en mindre del uppnår

status "delvis redovisad". Man har i hållbarhetsrapporten från år 2014 tagit rapporteringen ett steg längre och inkluderat s.k. "*Disclosures on Management Approach*" (DMA). Här beskrivs det i noter varför de utvalda hållbarhetsområdena är väsentliga för företaget samt hur KappAhl arbetar med styrning samt uppföljning av de väsentliga aspekterna.

Verksamhetsåret 2013 var första gången KappAhl valde att kombinera sin hållbarhetsredovisning med årsredovisningen. Detta val motiveras i inledningen av rapporten med följande ord från VD:n:

"... hållbarhet och lönsamhet är två sidor av samma mynt. Det är därför vi gör denna kombinerade rapport."
(KappAhl 2013)

KappAhl har i denna rapport sammanfattat årets arbete och resultat samt beskrivit deras framtida inriktning med utgångspunkt i deras väsentliga utmaningar och möjligheter. Även år 2014 har man valt att kombinera hållbarhetsrapporten med årsredovisningen.

I hållbarhetsrapporten (2013) beskrivs det hur KappAhls affärsidé, "*Prisvärt mode för många människor*", mynnar ut i 5 olika områden; målgrupp, affärsmodell, företagskultur, hållbarhetslöfte och övergripande mål. Enligt KappAhl är alla dessa delar integrerade i varandra och hållbarhet beskrivs som en drivkraft bakom det dagliga arbetet. Hållbarhetsarbetet är integrerat via KappAhls koncept; "*Future, Friendly, Fashion*" och det beskrivs hur hållbarhet är kopplat till exempelvis deras övergripande mål. Hur hållbarhetstänket har integrerats i varje led av produktionskedjan förklaras i rapporten. Rapporten avslutas med upplysning om att företaget sedan 10 år tillbaka är godkända för investering i Swedbank Roburs hållbarhetsfond. Detta motiveras med att KappAhl är bland de främsta på hållbarhetsarbete inom klädbranschen med en öppen och transparent redovisning som återger hur strategi, mål och aktiviteter är sammankopplade.

4.4.1 VÄSENTLIGHETSANALYS

Det som presenteras i hållbarhetsrapporten samt årsredovisningen för år 2012 är vad KappAhl gör för hållbarhetsarbete samt vilka mål som finns. Det ges ingen information om hur man kommit fram till vilken information som inkluderas i rapporten, alltså hur en väsentlighetsanalys har utförts. Företaget trycker dock på vikten av att skapa goda relationer med deras intressenter, vilka är kunder, leverantörer, investerare, samhälle, myndigheter, skolor, intressentorganisationer, anställda, nätverk samt branschkollegor. Alla dessa grupper anser enligt rapporten olika områden av den icke-finansiella rapporteringen vara väsentliga för dem. KappAhl menar att dialogen mellan företaget och dess intressenter ger dem möjlighet till kunskapsutbyte, ökad förståelse och att den främjar utvecklingen av deras verksamhet. Det är dialogen med deras intressenter som ligger till grund för vilka områden man arbetar med samt rapporterar om. För investerare beskrivs följande områden vara del av dialogen; miljö och klimat, affärsetik, mänskliga rättigheter samt arbetsförhållanden medan samhället är intresserade av arbetet med investeringar, arbetstillfällen och samhällsengagemang samt utveckling. Information om samtliga dialogämnen återfinns i hållbarhetsrapporten och speglas i KappAhls hållbarhetsvision som är utgångspunkten för hållbarhetsredovisningen. Vidare förklaras det att urvalet av den hållbarhetsinformation som har inkluderats är baserad på KappAhls hållbarhetsstrategi samt på de frågor och synpunkter som tagits upp i dialogen med deras intressenter. Även för år 2013 är KappAhls hållbarhetsstrategi och intressentdialogen grunden för urvalet av hållbarhetsinformation som inkluderas i rapporten. Någon väsentlighetsanalys presenteras ej i rapporten.

År 2014 är första året man valt att presentera hur en väsentlighetsanalys utförts. De uttrycker att väsentlighetsanalysen är i enlighet med GRI:s riktlinjer G4 där intressentperspektivet står i fokus vid urvalsprocessen. KappAhl trycker fortfarande på vikten av en bra dialog med samtliga intressenter. De förklarar vidare att väsentlighetsanalysen baserats på djupintervjuer med åtta olika representanter från intresseorganisationer, forskningsvärlden, investerare, varumärkesexperter samt medarbetare. I dessa intervjuer har respondenterna fått tala om vilka hållbarhetsfrågor som är viktigast för KappAhl ur deras perspektiv, samt var i värdekedja påverkan är störst på människa och miljö. Dialogen berör också framtida utmaningar och möjligheter. Denna information utgör tillsammans med resultat från medarbetarundersökningar och kund- samt marknadsundersökningar, grunden för väsentlighetsanalysen. De viktigaste hållbarhetsfrågorna för KappAhl utifrån väsentlighetsanalysen var år 2014; arbetsvillkor och mänskliga rättigheter, miljöpåverkan hos leverantörer, klimatpåverkan, hållbara produkter, textilåtervinning och hållbarhetskommunikation gentemot kunden. KappAhl förklarar att väsentlighetsanalysens resultat kommer vara utgångspunkten för utveckling av deras hållbarhetsstrategi och hållbarhetskommunikation.

4.4.2 INTRESSEENTER

Intressenterna är för år 2012, 2013 och 2014 kunder, leverantörer, medarbetare, investerare, skolor, icke-statliga organisationer (NGO:s), myndigheter, politiker samt branschkollegor.

4.4.3 HÅLLBARHET I ÅRSREDOVISNING

Hållbarhet tas även upp i årsredovisningen (2012) och det är del av KappAhls strategi. Man menar att det är en förutsättning för att öka försäljningen och också lönsamheten är att ha; *“kundfokus och agera i linje med vårt hållbarhetskoncept, Future Friendly Fashion”*. KappAhl menar att hållbarhetskonceptet ska hjälpa företaget få struktur på deras hållbarhetsarbete samt bättre kommunicera ut sitt arbete till deras intressenter. Under företagets strategipresentation i rapporten från år 2013 och 2014 finns en punkt som lyder; *“integration av vårt hållbarhetsarbete i allt vi gör”*, vilket skiljer sig en aning från föregående års rapport. I VD orden framgår det att hållbarhetsarbetet anses vara en bidragande faktor till förbättringar i verksamheten samt att det bidrar till bättre lönsamhet och position för företaget.

4.4.4 TABELL ÖVER KAPPAHL

	2012	2013	2014
Är hållbarhetsrapporten kombinerad med årsrapporten eller i en separat rapport?	Separat hållbarhetsredovisning	Kombinerad med årsrapporten	Kombinerad med årsrapporten
Vilket hållbarhetsramverk/regelverk tillämpas?	GRI G3 (nivå C)	GRI G3 (nivå C)	GRI G4
Presenteras väsentlighetsanalys i årsredovisningen/hållbarhetsrapporten?	Nej	Nej	Ja
Om ja; vilka områdena är väsentliga?	-	-	<ul style="list-style-type: none"> • Arbetsvillkor och mänskliga rättigheter, • Miljöpåverkan hos

			leverantörer <ul style="list-style-type: none"> • Klimatpåverkan • Hållbara produkter • Textilåtervinning • Hållbarhetskommunikation gentemot kunden.
Om nej; framgår det på annat sätt vilka områdena företaget fokuserar på?	Ja delvis, det beskrivs vilka mål man har med hållbarhetsarbetet	Ja delvis, det beskrivs vilka mål man har med hållbarhetsarbetet	-
Vad baseras väsentlighetsanalysen på?	-	-	Djupintervjuer med åtta olika intressentgrupper, medarbetarundersökningar samt kund/marknadsundersökningar
Presenteras företagets intressenter? I sådana fall, vilka är de?	<ul style="list-style-type: none"> • Kunder • Leverantörer • Medarbetare • Investerare, • Skolor • Icke-statliga organisationer (NGO:s) • Myndigheter och politiker • Branschkollegor. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kunder • Leverantörer • Medarbetare • Investerare, • Skolor • Icke-statliga organisationer (NGO:s) • Myndigheter och politiker • Branschkollegor 	<ul style="list-style-type: none"> • Kunder • Leverantörer • Medarbetare • Investerare, • Skolor • Icke-statliga organisationer (NGO:s) • Myndigheter och politiker • Branschkollegor
Om ja, fram går det vilka intressenter som är av störst vikt för företaget?	Nej	Nej	Nej
Utförs hållbarhetsarbetet av en separat CSR-avdelning, eller finns CSR-ansvar på varje enskild avdelning?	Hållbarhetsarbetet utförs på respektive avdelning och butik	Hållbarhetsarbetet utförs på respektive avdelning och butik	Hållbarhetsarbetet utförs på respektive avdelning och butik
Nämns hållbarhetsarbetet som del av värdeskapandet?	Nej	Ja, lönsamhet och hållbarhet är två sidor av samma mynt	Ja, lönsamhet och hållbarhet är två sidor av samma mynt
Hållbarhetsrapporten tidshorisont	Lång sikt	Lång sikt, men har kortsiktiga delmål	Lång sikt, men har kortsiktiga delmål
Finns hållbarhet med i kärnvärdena/strategin?	Ja, del av de strategiska huvudpunkterna.	Ja, integration av hållbarhet i allt KappAhl gör är en av de strategiska huvudpunkterna.	Ja, integration av hållbarhet i allt KappAhl gör är en av de strategiska huvudpunkterna.



5 DISKUSSION

Kapitlet diskuterar studiens empiriska resultat kopplat till den teoretiska referensramen. Studien har syftat till att besvara de två forskningsfrågor som nämns i inledningen. Först diskuteras det hur den senaste utvecklingen av väsentlighetsanalys har sett ut och vidare om vi kunnat uttyda några spår av integrerad rapportering med stöd i utvalda teorier och studier.

5.1 VÄSENTLIGHETSANALYSENS UTVECKLING DE SENASTE TRE ÅREN

Väsentlighetsanalys är något som under de senaste åren fått ta större plats i de undersökta företagens hållbarhetsrapporter. Detta kan förklaras av GRI:s senaste riktlinjer G4 samt av <IR> ramverket där väsentlighet står i fokus. Utifrån den empiriska undersökning som gjorts, kan vi konstatera att för år 2012 var H&M det enda företaget som uttrycker att de gjort en väsentlighetsanalys, vilket visar på att det inte var något vanligt förekommande vid denna tidpunkt. Under år 2013 har även Lindex inkluderat väsentlighetsanalys i sin rapport och H&M utvecklat sin alltmr. År 2014 har också KappAhl introducerat en analys och beskriver hur urvalet av hållbarhetsrelaterad information gått till. Vi kan se en trend hos företagen där

användandet av väsentlighetsanalys ökar men det är fortfarande inte något som är helt vedertaget. Detta speglas i MQ:s rapportering då de inte använder sig av uttrycket väsentlighet. Det framgår dock att de fokuserar mer på vissa hållbarhetsområden. Att MQ inte presenterar en väsentlighetsanalys kan kopplas till resultatet av Searcy och Buslovichs (2013) studie, där flera av företag ansåg att processen kring väsentlighetsanalysen var tidskrävande och kostsam. Detta kan vara en möjlig förklaring till avsaknaden av analys. Det kan också bero på att MQ är ett mindre företag i vår undersökning jämförelsevis med H&M, Lindex och KappAhl och därför inte upplever lika stor press från omgivningen. Ju större ett företag är desto mer komplexa blir deras leverantörskedjor och verksamhet. En följd av detta blir att företaget har fler ögon på sig och fler intressenter att ta hänsyn till. En av de starkaste drivkrafterna bakom hållbarhetsrapportering är enligt Searcy och Buslovich (2013) påtryckningar från externa intressenter och detta tryck blir desto större när ett företag hamnar i blåsväder, vilket H&M ofta har gjort. Kanji och Chopra (2010) menar att det finns ett växande intresse från samhället att ta del av hur företag arbetar med CSR-frågor. Detta tror vi motiverar företagen att upprätta mer omfattande och detaljerade hållbarhetsrapporter för att visa på transparens och därmed sända ut en positiv bild av företaget. Det blir en nödvändighet för att upprätthålla sitt rykte. En slutsats vi drar utifrån vårt resultat kopplat till tidigare forskning (Searcy och Buslovich 2013; Kanji och Chopra 2010) är att företag som känner stor press från omgivningen upprättar mer utförliga hållbarhetsrapporter ofta med väsentlighetsanalys inkluderat.

Omgivningens ökade medvetenhet tillsammans med återkommande skandaler i media kring klädbranschen, menar vi är en orsak till varför företagen valt att jobba mer med väsentlighetsanalys. Detta blir en chans för företagen att visa att de aktivt tar ett ansvar att de arbetar och prioriterar dessa områden. Både ur ett legitimitetsperspektiv och intressentperspektiv skulle detta kunna gynna företagen och deras ställning på marknaden, då de tillfredsställer ett behov som idag är påtagligt. Inget av företagen uttrycker vad väsentlighet innebär rent explicit i deras rapporter, därför går det inte dra någon slutsats om företagen ligger närmare GRI:s eller <IR> ramverkets definition av väsentlighet. Att företagen valt att exkludera en definition av väsentlighet kan bero på att begreppet är otydligt och svårt att definiera. Edgley (2014) menar att vagheten kring begreppet kan bidra till osäkerhet i rapporten samt frågor rörande redovisningskvaliteten och om den är god nog. Hon kritiserar också begreppet för att vara något som företag "gömmar sig bakom" och att det är svårt att komma tillrätta med vad det verkligen innebär. Enligt intressentteorin är företagets uppgift att ge intressenterna den information de vill ha på ett tydligt sätt och en utmaning vi därmed kan se är att använda ett diffust begrepp som väsentlighet på ett konkret sätt. Utifrån dessa resonemang hade en definition av väsentlighet gett användarna av rapporten en tydligare bild av vilket perspektiv företaget har samt vilket förhållningssätt man har haft till sin omgivning vid framtagandet av rapporten.

Syftet med väsentlighetsanalys är att endast väsentlig informationen ska inkluderas i rapporten. Detta ska göra det enklare för intressenterna att använda sig av rapporten och kunna se vilka frågor företagen prioriterar. Studien har visat att endast ett av de undersökta företagen, H&M, redovisar hur de prioriterar sina väsentliga aspekter. Att resterande tre företag inte rangordnar sina väsentliga aspekter gör att vi som användare har svårt att se vad som är viktigt för företagen, eftersom många områden tas upp som väsentliga. Detta motverkar syftet med att inkludera väsentlighetsanalys då det inte framgår vilka frågor som prioriteras mest och i studiens fall har det vidare varit svårt att avgöra var företagen står i förhållande till sin omgivning. Som nämnt innan har vi kunnat se en trend där användandet av väsentlighetsanalys har ökat under de senaste åren och eftersom det är ett relativt outforskat

verktyg tror vi att det kommer ske stor utveckling under kommande år. Efter att ha tagit del av hur processen vid framtagandet av väsentlighetsanalys presenteras i GRI och i <IR> kan vi konstatera att väsentliga aspekter bör prioriteras efter deras relativa betydelsefullhet. För att väsentlighetsanalys i framtiden ska få det genomslag som förespråkas i GRI och <IR> tror vi att analysen måste spegla mer specificerat i vilken ordning man jobbar med frågorna. I dagsläget och efter genomförd undersökning, anser vi att informationsinnehållet ofta blir för omfattande och att en prioritering samt bättre strukturering behövs.

5.2 VÄSENTLIGHET OCH ISOMORFISKA PROCESSER INOM BRANSCHEN

De områden som utifrån vårt resultat anses vara mest väsentliga för de undersökta företagen är hållbart mode, ansvarfulla leverantörskedjor, klimatpåverkan, mänskliga rättigheter, effektiv resursanvändning och kemikaliehantering. Dessa områden prioriteras av samtliga företag men nämns i olika stor utsträckning i rapporterna. Att företag inom samma bransch tenderar att likna varandra kan förklaras av institutionell teori där det menas att företag verksamma på samma fält influeras och inspireras av varandra. Detta kan växa fram på olika sätt men i studiens fall kan beteendet härledas till mimetisk isomorfism samt till normativ isomorfism. Klädbranschen har som nämnt innan varit omtalad för skandaler rörande dåliga arbetsvillkor, stor miljöpåverkan etc. Detta skapar osäkerhet hos aktörerna i branschen, vilket kan leda till att företag ser till varandra i hopp om att kunna kopiera framgångsrika koncept. Istället för att göra utförliga undersökningar/intervjuer med deras egna intressenter kan företag ta viss inspiration av andra aktörer inom samma bransch då man ofta har samma typ av intressenter och i förlängningen samma fokusområden. Isomorfism inom klädbranschen är utifrån studiens resultat påtagligt. Normativ isomorfism förklarar också likheterna hos företagen då det inom ett organisationsfält skapas normer och "ett korrekt sätt" att vara på genom att fler företag anammar vissa riktlinjer, exempelvis GRI och <IR>. De aktörer på marknaden som har stort inflytande, i studiens fall H&M, kan genom sin starka ställning komma att påverka mindre aktörer. Detta tyder på tvingande isomorfism.

De områden som är väsentliga för branschen i helhet, behöver inte vara väsentliga för varje enskilt företag och kan variera, även om vår studie indikerar att detta inte är fallet. Väsentlighet (materiality) är enligt Edgley (2014) inget definitivt begrepp och som vidare kräver subjektiv bedömning. Detta skapar utrymme för en viss flexibilitet i redovisningen då företag kan ha tolkat begreppet på olika sätt. Således leder denna flexibilitet till att företagen kan anpassa väsentlighet utefter den egna verksamheten. Enligt intressentteorin behöver företaget skapa mervärde till fler intressenter än bara ägarna, vilket vi anser underlättas av att begreppet väsentlighet är flexibelt. Informationen måste kunna anpassas efter samtliga intressenter och dessa anser inte alltid samma aspekter väsentliga. Då samtliga företag i undersökningen riktar sig mot en bred grupp intressenter, blir det positivt för dem att väsentlighet kan formas kring verksamheten.

Beroende på vilken bransch företag är verksamma i anses olika frågor mer eller mindre väsentliga. Klädbranschen präglas av långa och komplexa leverantörskedjor och produktionen är oftast utspridd på flera olika geografiska platser. Dessa förutsättningar leder till att vissa ansvarstaganden måste prioriteras, vilket framgår av vår empiriska undersökning. Att företagen prioriterar hållbart mode kan härledas till den ökade klädkonsumtionen och den alltmer påtagliga medvetenheten hos omgivningen. Intressenter vill idag veta hur företagen påverkar dessa områden och ett utelämnade av denna typ av information hade enligt Edgley (2014) kunna leda till att användarna tagit beslut utifrån felaktiga grunder. Att mänskliga rättigheter är ett högt prioriterat område för samtliga fyra företag, är en följd av skandaler kring bland annat barnarbete, för låga löner och farlig arbetsmiljö. I enlighet med FN:s Brundtlandkommissionens definition av hållbarhet så ska vår generation inte förstöra

kommande generationers möjlighet att tillfredsställa sina behov. Detta är ett motiv till varför klädbranschen prioriterar frågor rörande klimatpåverkan, effektiv resursanvändning, hållbart mode samt kemikaliehantering. Även ur ett Triple Bottom Line perspektiv bör företag arbeta aktivt med dessa aspekter.

5.3 INTRESSETER OCH INTRESSENTDIALOG

Samtliga företag presenterar sina intressenter i deras rapporter, och de framgår att intressenternas åsikter i samtliga fall beaktas vid utformningen av väsentlighetsanalysen. Resultatet av undersökningen visar på att det inte har skett någon större utveckling eller förändring av presentationen av företagens intressenter då företagen generellt sett presenterat samma intressenter under alla tre år. Inget av företagen rangordnar sina intressenter och man kan därför dra slutsatsen att rapporterna riktar sig till en bred grupp. Detta stämmer in på GRI:s definition av intressenter, där man till skillnad från <IR> ramverket riktar sig mot samtliga intressenter (*stakeholders*) och inte bara kapitalinvestorare (*shareholders*). De intressenter som utifrån vårt resultat är viktigast för branschen i sin helhet är kunder, leverantörer, medarbetare, investerare, branschkollegor, icke-statliga organisationer, myndigheter och media. Den kritik som genom åren riktats mot klädbranschen har varit direkt relaterad till dessa grupper och vidare kan det ifrågasättas om dessa grupper verkligen prioriteras utav företagen?

H&M skiljer sig från de övriga företagen då de ger betydligt mindre utrymme för intressenter i sina rapporter än övriga företag. KappAhl, Lindex och MQ har separata avsnitt om sina intressenter, medan H&M endast nämner dem i löpande text. Hur dialogen med intressenterna sker beskrivs i samtliga rapporter och både hos Lindex och KappAhl får dialogen ta en större plats under de senare två åren, vilket kan tyda på att den blivit mer betydelsefull. Denna utveckling är förenlig med resultatet av studien gjord av Searcy och Buslovich (2013) där majoriteten av företagen i deras undersökning ansåg att intressenternas åsikter borde beaktas vid upprättande av rapporten, och att dialogen med intressenterna spelade en stor roll för vad företagen ansåg vara väsentligt. Detta stöds vidare av Deegan och Unerman (2011) samt utav Hasnas (1998) resonemang som innebär att det är viktigt att alla intressenter behandlas lika av företaget och att företaget bygger ett förtroende och en relation till intressenterna. I studien gjord av Searcy och Buslovich (2013) poängterar flera av företagen problem med intressentdialogen. De menar att många företag gör antagningar om vad deras intressenter vill ha för information i rapporten utan att ha underlag för detta. Vårt resultat visar att företagen väljer ut relevant hållbarhetsinformation baserat på en daglig dialog med deras intressenter samt genom intervjuer vilket kan kopplas till Lundahl och Skärvads (1982) resonemang om vikten av att tolka intressenternas krav och tillgodose dessa i rapporteringen.

5.4 ANVÄNDNING AV RIKTLINJER: GRI VS. IIRC

Samtliga företag följer eller har följt GRI:s riktlinjer, men i olika stor utsträckning. Lindex och KappAhl har i sin rapport gett sig själva ett betyg på tillämpningsnivån, C, på en skala A-C där C är lägsta tillämpningsnivån och H&M nivå B. Även MQ uttrycker att de följer GRI:s riktlinjer men inte fullt ut. Dessa relativt blygsamma tillämpningsnivåer tyder på att företagen eftersträvar en större flexibilitet i redovisningen för att kunna anpassa sig mer till omgivningen, vilket vidare är ett angreppssätt som förespråkas av <IR> ramverket. Searcy och Buslovich (2013) samt Stubbs och Higgins (2014) kritiserar GRI:s inrutade tillvägagångssätt och dess "one size fits all"-tänk, där man anser att det finns för lite utrymme för anpassning till den unika verksamheten. Viss information som inte är väsentlig för företagens verksamhet inkluderas till följd av GRI:s "checklista" vilket kan göra det problematiskt för användarna att avgöra vad som är relevant och inte. Trots denna kritik mot

GRI, är det fortfarande ett frekvent använt ramverk, vilket vi också kan se från vårt resultat där samtliga företag har nämnt GRI som utgångspunkt vid olika tillfällen. Eftersom alla statliga företag i Sverige måste följa GRI:s riktlinjer menar vi att den normativa isomorfismen påverkat dessa fyra klädföretag och skapat en norm att följa detta regelverk. GRI är ett väletablerat ramverk och genom att ha blivit erkänt som det ramverk för hållbarhetsrapportering som statligt ägda svenska företag måste följa, får GRI ytterligare legitimitet i samhället. Att tillämpa riktlinjer som redan är väletablerade och erkända, är positivt för företagen då det skapar en trygghet hos intressenterna som troligtvis är bekanta med konceptet. En förklaringsfaktor till varför inget av de undersökta företagen uttrycker att de använder <IR> ramverkets riktlinjer anser vi vara att det är relativt nytt och företagen fortfarande söker sig till mer tydliga riktlinjer som GRI. Stubbs och Higgins (2014) menar vidare att GRI:s riktlinjer behövs för att stödja utvecklingen av integrerad rapportering. Studien de gjort visar att de som tidigare endast arbetat med till exempel ekonomifrågor är vana vid standarder och regler och därför fortsätter man att tillämpa GRI:s tydliga riktlinjer.

H&M och Lindex beskriver sina stegvisa processer för framtagandet utav väsentlighetsanalysen, vilka båda följer strukturen i GRI G4. Vi kan här inte se några direkta influenser av <IR> ramverket i processerna, då de noggrant följt GRI:s riktlinjer och riktar sig mot samtliga intressenter. Till skillnad från dessa två har MQ år 2014 valt att exkludera information om vilka riktlinjer som tillämpas vid upprättande av rapporten, vilket tyder på att de rör sig bort ifrån GRI:s ramverk. De har under tidigare år uttryckt att de tillämpat GRI G3 i sina rapporter. En indikation på att MQ har influerats av <IR> ramverket är då man uttrycker i 2014 års hållbarhetsrapport att man ämnar arbeta med hållbarhetsfrågor ur ett långsiktigt såväl som kortsiktigt perspektiv. Detta skiljer sig från föregående år då man endast uttrycker ett långsiktigt synsätt. <IR> ramverket definierar väsentliga aspekter som de aspekter som har betydande påverkan på ett företags förmåga att skapa värde över kort, medium och lång tid, medan GRI:s riktlinjer har ett mer långsiktigt fokus. Vi kan därför se tendenser från <IR> ramverket i MQ:s rapport. H&M, Lindex och KappAhl nämner endast att de arbetar med hållbarhet ur ett långsiktigt perspektiv.

5.5 HÅLLBARHET I ÅRSREDOVISNINGEN OCH INFLUENSER AV INTEGRERAD RAPPORTERING

H&M, MQ och KappAhl har alla inkluderat viss hållbarhetsinformation i sina årsrapporter. Investerarna är de huvudsakliga användarna av årsredovisningen där finansiella resultat återges. Den hållbarhetsinformation som ges i årsredovisningen kan därmed tänkas vara riktad mot kapitalinvestorerna, vilka är de som <IR> ramverket också fokuserar mest på. Att integrera hållbarhetsinformation i årsrapporten kan därmed vara ett steg mot en integrerad rapport. I studien gjord utav Searcy och Buslovich (2013) fann de att två tredjedelar av de intervjuade företagen inkluderade hållbarhetsaspekter i sina årsrapporter. Enligt dem tyder det på att trenden kring integrerad rapportering växer. Detta resonemang kopplat till vårt resultat skulle kunna visa på att H&M, KappAhl och MQ har inspirerats av den integrerade rapporteringens tankesätt. Det enda företag som valt att kombinera hållbarhetsrapporten med årsrapporten är KappAhl och detta började de med år 2013. Valet motiveras av VD:n som anser att; *“hållbarhet och lönsamhet är två sidor av samma mynt”*, vilket visar på ett integrerat tänk hos KappAhl. År 2013 och år 2014 anger man också *“integration av hållbarhet i allt vi gör”* som en av de strategiska huvudpunkterna och det har tillkommit sedan 2012 års rapport där det inte nämns. Även MQ, Lindex och H&M nämner att hållbarhetsarbetet ska vara en integrerad del av verksamheten i avsnittet rörande dess strategi. Att samtliga företag omnämnt hållbarhet som en del av sin strategi, tyder på att företagen arbetar med hållbarhet på ett så kallat *“inifrån- och ut”* sätt och enligt en *Pull-strategi*. Stubbs



och Higgins (2014) anser att integrerad rapportering ligger närmare företagets strategi och värdeskapande. Hos MQ och Lindex kan man se en klar utveckling åt detta håll, då man år 2012 inte nämner hållbarhet som en del av strategin. Denna förändring skulle kunna härledas till <IR> ramverket då Stubbs och Higgins (2014) anser att detta “inifrån- och ut” tillvägagångssätt är den nya trenden för hållbarhetsrapportering och ett steg mot integrerad rapportering. Vidare är en annan potentiell influens från <IR> ramverket är att både KappAhl och Lindex sedan år 2013 nämner att hållbarhet bidrar till värdeskapandet, vilket är en central del av <IR> ramverket. Var någonstans i organisationen som hållbarhetsarbetet sker är något som kan skilja sig från organisation till organisation. I studien av Stubbs och Higgins (2014) har de flesta företagen valt att arbeta med hållbarhet i så kallade tvärfunktionella lag där representanter från samtliga avdelningar finns med för att hållbarhetsarbetet ska bli integrerat i hela verksamheten. Detta arbetssätt liknar det som används av de H&M, KappAhl och Lindex där hållbarhetsarbetet utförs på respektive avdelning och sedan sammanställs högre upp i organisationen och detta indikerar på ett integrerat tänk och arbetssätt.

Sammanfattningsvis kan vi fastslå att användandet av väsentlighetsanalys har ökat de senaste åren. Huruvida detta är ett resultat av introduktionen av <IR> ramverket år 2013 går inte att säga med säkerhet men influenser kan uttydas. Något som bidrar till svårigheterna kring att avgöra om <IR> ramverket har påverkat är på grund av att det är ett principbaserat regelverk, vilket lett till att egna tolkningar fått göras i analysen.

6 SLUTSATS

Slutsatsen ämnar till att besvara studiens två forskningsfrågor;

- *Hur har företags arbete med väsentlighetsanalys inom klädbranschen redovisats före och efter introduktionen av <IR> ramverket?*
- *Kan eventuella skillnader i presentationen av väsentlighetsanalys hänföras till <IR> ramverket och i sådana fall, vilka?*

GRI har under en längre tid varit det dominerade ramverket för hållbarhetsrapportering. År 2013 introducerades ett ramverk för integrerad rapportering, <IR>, och studien har därför undersökt huruvida det nya ramverket influerat klädbranschens sätt att redovisa kring väsentlighetsanalys.

Studien har visat att företag inom klädbranschen under senare år valt att presentera mer information rörande arbetet med väsentlighetsanalys och dialogen med deras intressenter. Sedan år 2013 då <IR> ramverket introducerades har både Lindex och KappAhl inkluderat en väsentlighetsanalys i sina rapporter och gett större utrymme för intressentdialogen. MQ



uttrycker inte att de genomför någon väsentlighetsanalys för något av åren, men läsaren kan ta del utav de områden som MQ fokuserar mest på samt vilka deras intressenter är. H&M är det enda företaget som redan från år 2012 uttrycker att de gör en väsentlighetsanalys men först år 2013 presenterar man en väsentlighetsmatris där de väsentliga aspekterna prioriteras. Sammanfattningsvis var det endast ett av de undersökta företagen som under år 2012 presenterade en väsentlighetsanalys och år 2014 var det tre av fyra företag som gjorde detta, vilket visar på en tydlig trend. Företagen i studien har alla identifierat liknande väsentliga aspekter och de riktar sig mot samma typ av intressenter.

Den utveckling vi kunnat se kan till viss del härledas till introduktionen av <IR> ramverket, dock har det faktum att G4 såväl som <IR> ramverket har större fokus på väsentlighet, gjort det svårt att helt säkert fastställa att det är <IR> ramverket som influerat företagen. Eftersom <IR> är ett principbaserat ramverk finns det inga riktlinjer kring vad företag rent konkret ska inkludera i sin rapportering och detta har inneburit att vi fått göra tolkningar av vårt empiriska resultat för att se om företagen närmar sig <IR> ramverket. KappAhl har närmat sig ett integrerat rapporteringssätt genom att kombinera hållbarhetsrapporten med årsrapporten och tydligt understryka hur det finansiella hänger ihop med hållbarhetsarbetet.

Vi fann förklaringsfaktorer till vårt empiriska resultat i den teoretiska referensramen. Anledningen till varför företag i studien liknar varandra samt varför väsentlighet har fått större betydelse, kunde förklaras av institutionell teori och de ramverk vi utgått från. Väsentlighet utifrån definitionen som återfinns i <IR> ramverket fokuserar på värdeskapande och de aspekter som bidrar till detta. Här har studien visat att KappAhl och Lindex sedan år 2013 nämner hållbarhetsarbetet som del av värdeskapandet, vilket kan tyda på influens av <IR> ramverket. År 2014 beskriver företagen generellt sett hållbarhetsarbetet mer som en integrerad del i deras dagliga verksamhet, jämförelsevis med år 2012. Vi har också kunnat se spår av integrerad rapportering hos MQ, H&M, KappAhl och Lindex då de under de senaste två åren valt att inkludera hållbarhet i företagets strategi, vilket visar på integrerat tänk.

Slutligen kan vi konstatera att det går att se influenser av <IR> ramverket i rapporteringen hos företagen men att det inte alltid är tydligt. Det kan tänkas att ramverket <IR>, eller en variant av det, kommer bli del av rapporteringen i framtiden när konceptet blivit mer etablerat och välkänt. Behovet av integrerad rapportering finns idag och därför ligger det i tiden med ett ramverk som har detta perspektiv på redovisning.

6.1 FÖRSLAG TILL VIDARE FORSKNING

Efter att ha genomfört vår studie kan vi konstatera att väsentlighetsanalys är ett forskningsområde som är relativt outforskat i jämförelse med andra områden inom hållbarhetsredovisning. Ett förslag till framtida forskning är att undersöka hur företag utför väsentlighetsanalys men genom att tillämpa en annan metod. En intervjustudie hade kunnat utforska forskningsområdet mer djupgående och ge läsaren en bild av hur arbetet med väsentlighetsanalys går till internt i företagen. Ett annat förslag till vidare forskning är att studera en annan typ av bransch där andra områden prioriteras och anses väsentliga.



7 KÄLLFÖRTECKNING

AccountAbility (2011) *AA1000 Stakeholder Engagement Standard 2011: Final exposure draft*. AccountAbility.

<http://www.accountability.org/images/content/3/6/362/AA1000SES%202010%20PRINT.PDF> [Hämtad 2016-04-21]

Adams, Carol A. (2015) The International Integrated Reporting Council: A call to action. *Critical Perspectives on Accounting*. Vol. 27 s. 23-28.

Andrews, AnnaLena och Granath, Berith (2015) *FN-fakta Hållbar utveckling: Omställning till hållbar värld brådskar*. FN. <http://www.fn.se/PageFiles/14110/2-12%20H%C3%A5llbar%20utveckling.pdf> [Hämtad 2016-04-22]

Beck, Cornelia., Dumay, John. och Frost, Geoffrey. (2015) In Pursuit of a “Single Source of truth”: from Threatened Legitimacy to Integrated Reporting. *Journal of Business Ethics*.

Borglund, Tommy., Frostenson, Magnus och Windell, Karolina. (2010) *Effekterna av hållbarhetsredovisning: En studie av konsekvenserna av de nya riktlinjerna om hållbarhetsinformation i statligt ägda*. Regeringskansliet.

<http://www.regeringen.se/contentassets/ae1b2a3db1a34b6491f2324ed526a657/effekterna-av-hallbarhetsredovisning-n2010.30> [Hämtad 2016-04-25]



Brown, Halina. S., de Jong, Martin. och Levy, David. L. (2009) Building institutions based on information disclosure: Lessons from GRI's sustainability reporting. *Journal of Cleaner Production*. Vol. 17(6) s. 571-580.

Clarkson, Max B. E. (1995) A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance. *The Academy of Management Review*, Vol. 20 (1) s. 92-117.

Czarniawska-Joerges, Barbara (1989) The Wonderland of Public Administration Reforms. *Organization Studies*. Vol.10 (4) s. 531-548.

Deegan, Craig. (2002) The Legitimation Effect of Social and Environmental Disclosures – a Theoretical Foundation. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 15 (3) s. 282-311.

Deegan, Craig. och Blomquist, Christopher. (2006) Stakeholder Influence on Corporate Reporting: An Exploration of the Interaction between WWF- Australia and the Australian Minerals Industry. *Accounting, Organizations and Society*, 31(4) s. 343-372.

DiMaggio, Paul J. och Powell, Walter W. (1983/1991) The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. Ur Powell, Walter W. och DiMaggio, Paul J. (red.) *The New Institutionalism in Organizational Analysis*. Chicago, IL: The University of Chicago Press, s. 63-82.

DiMaggio, Paul. J. och Powell, Walter. W. (1983) The Iron Cave Revisted: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. *American Sociological Review*. Vol. 48, s.147-160.

Edgley, Carla. (2013) A Genealogy of Accounting Materiality, *Critical Perspectives on Accounting*, Vol. 25(3) s. 255-271.

EY. (2015) *Hur påverkas svenska bolag av det nya EU-direktivet om icke-finansiell och mångfaldsinformation?* EY. [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-CCASS-manfaldsinformation/\\$FILE/EY-CCaSS-Lagforslaget-om-rapportering-om-hallbarhet-och-mangfaldspolicy.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-CCASS-manfaldsinformation/$FILE/EY-CCaSS-Lagforslaget-om-rapportering-om-hallbarhet-och-mangfaldspolicy.pdf) [Hämtad 2016-04-05]

Freeman, Edward. R. och Reed, David. L. (1983) Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance. *California Management Review*, Vol. 25 (3) s. 88-106.

Global Reporting Initiative (GRI). (2011) *Sustainability reporting guidelines: Version 3:1*. Amsterdam: GRI.

Global Reporting Initiative (GRI). (2013) *Sustainability reporting guidelines: Version 4*. Amsterdam: GRI.

Global Reporting Initiative (GRI). (2013) *G4 Online* <https://g4.globalreporting.org/introduction/quick-links/Pages/default.aspx> [Hämtad 2016-04-23]



Global Reporting Initiative (GRI). (2015) *Sustainability reporting guidelines: Version 4, FAQ*. Amsterdam: GRI.

Global Reporting Initiative (GRI). (2016) *GRI Materiality Disclosures Service: Methodology*. Amsterdam: GRI.

Global Reporting (2016) *About GRI*. <https://www.globalreporting.org/Information/about-gri/Pages/default.aspx> [Hämtad 2016-04-01]

Haller, Axel. och Van Staden, Chris. (2014) The Value Added Statement - an Appropriate Instrument for Integrated Reporting. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. Vol. 27(7) s. 1190-1216.

Hasnas, John. (1998) The Normative Theories of Business Ethics: a Guide for the Perplexed. *Business Ethics Quarterly*. Vol. 8 (1) s. 19-42.

International Integrated Reporting Council (IIRC). (2013) *The International (IR) Framework*. London: International Integrated Reporting Council.

Kalla Fakta, del 8 (2014) *Bomullens Pris*. Tv4. <http://www.tv4.se/kalla-fakta/klipp/kalla-fakta-del-8-bomullens-pris-3010681> [Hämtad 2016-04-20]

Kanji, Gopal K. och Chopra, Parvesh K. (2010) Corporate social responsibility in a global economy, *Total Quality Management & Business Excellence*, Vol. 21 (2) s. 119-143.

KPMG. (2013) *Integrerad rapportering - Ett nytt sätt att rapportera*. FAR. https://www.far.se/contentassets/f1f3fdd1b0f04baba6076129d8d988a1/finforum_ir_131002_kpmg.pdf [Hämtad 2016-04-01]

KPMG (2015) *Global Reporting Initiative*. KPMG: Hållbarhetstjänster. <https://home.kpmg.com/se/sv/home/tjanster/hallbarhetstjanster/rapportera/gri.html> [Hämtad 2016-04-05]

KPMG (2014) *Bridging the Gap between Integrated and GRI G4 Reporting*. KPMG. <https://www.kpmg.com/ZA/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Risk-Compliance/Documents/IR%20and%20GRI%20G4%20Reporting.pdf> [Hämtad 2016-04-23]

Mindtools (n.d) *The Triple Bottom Line - Measuring Your Organization's Wider* https://www.mindtools.com/pages/article/newSTR_79.htm *Midtools* [forum] [Hämtad 2006-04-20]

Naturvårdsverket (2010) *Den svenska konsumtionens globala miljöpåverkan*. Naturvårdsverket. <https://www.naturvardsverket.se/Documents/publikationer/978-91-620-1284-7.pdf> [Hämtad 2016-05-02]

Pedersen, Esben. R. och Andersen, Mette. (2006) Safeguarding Corporate Social Responsibility (CSR) in Global Supply Chains: How Codes of Conduct are Managed in Buyer-Supplier Relationships. *Journal of Public Affairs*. Vol. 6, ss. 228-240.



PWC (2013) *Integrated Reporting - Going beyond the Financial Results*. PWC: Point of View. [<https://www.pwc.com/us/en/cfodirect/assets/pdf/point-of-view-integrated-reporting.pdf>] [Hämtad 2016-04-07]

Searcy, Cory. och Buslovich, Ruvena. (2013) Corporate Perspectives on the Development and Use of Sustainability Reports. *Journal of Business Ethics* Vol. 121 (2) s.149-169.

Slaper, Timothy F. och Hall, Tanya J. (2011) *The Triple Bottom Line: What Is It and How Does It Work?* Indiana Business Research Center.
<http://www.ibrc.indiana.edu/ibr/2011/spring/pdfs/article2.pdf> [Hämtad 2016-05-02]

Stubbs, Wendy. och Higgins, Colin. (2014) Integrated Reporting and Internal Mechanisms of Change. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. Vol. 27 (7) s. 1068 – 1089.

SvD. (2012) *H&M: "Vi ställer Inget tydligt krav på levnadslön"*. SvD Näringsliv.
<http://www.svd.se/hm-vi-staller-inget-tydligt-krav-pa-levnadslon/om/naringsliv> [Hämtad 2016-04-20]

Söderlind, Ola (2015) *H&M riskerar repressalier för fabrikkandalen i Bangladesh* Affärsvärlden.
<http://www.affarsvarlden.se/hem/nyheter/article3935610.ece> [Hämtad 2016-04-15]

Tolbert, Pamela S. och Zucker, Lynne G. (1983) Institutional Sources of Change in the Formal Structure of Organizations: The Diffusion of Civil Service Reform, 1880-1935. *Administrative Science Quarterly*. Vol. 28 (1) s. 22-39.

Utrikesdepartementet (2013) *Hållbart företagande - plattform för svenskt agerande*, Regeringskansliet.
<http://www.regeringen.se/contentassets/b692b43679c54e0aa9ec33d05c348adf/hallbart-foretagande---plattform-for-svenskt-agerande> [Hämtad 2016-04-20]

Verdier, Michaela., Riddselius, Chistoffer och Chudy, Sylvia. (2010) *Har modet modet?* Fair Trade Center. <http://www.fairtradecenter.se/sites/default/files/MODET.pdf> [Hämtad 2016-04-20]

Världsnaturfonden, WWF. (2015) *Bomull - en vattenslukande gröda* WWF.
<http://www.wwf.se/vrt-arbete/vtmarkerstvatten/vattenfotavtryck/1128210-bomull-1a-sida> [Hämtad 2016-05-02]

7.1 ÅRSREDOVISNINGAR

KappAhl (2012) *Hållbarhetsredovisning 2012/2013*. Mölndal: KappAhl.
http://www.kappahl.com/globalassets/about-kappahl-corporate/documents/sustainability-documents/sustainability-reports-20132014/20122013/kappahl_hallbarhetsredovisning_2012_2013.pdf [Hämtad 2016-04-15]

KappAhl (2012) *Årsredovisning 2012/2013*. Mölndal: KappAhl.
<http://www.kappahl.com/globalassets/about-kappahl-corporate/documents/ir->



[documents/annual--interim-reports/20122013/kappahl-arsredovisning-2012_2013.pdf](#)
[Hämtad 2016-04-10]

KappAhl (2013) Årsredovisning med hållbarhetsrapport.
http://www.kappahl.com/globalassets/about-kappahl-corporate/documents/ir-documents/annual--interim-reports/20132014/se/kappahl_arsredovisning_2013_2014.pdf
[Hämtad 2016-04-13]

KappAhl (2014) Årsredovisning med hållbarhetsrapport: Del 1.
http://www.kappahl.com/globalassets/about-kappahl-corporate/documents/ir-documents/annual--interim-reports/20142015/kappahl_arsredovisning2015_del1.pdf [Hämtad 2016-04-10]

KappAhl (2014) Årsredovisning med hållbarhetsrapport: Del 2.
http://www.kappahl.com/globalassets/about-kappahl-corporate/documents/ir-documents/annual--interim-reports/20142015/kappahl_arsredovisning2015_del2.pdf [Hämtad 2016-04-10]

KappAhl (2016) *Vårt ansvar*. KappAhl. <http://www.kappahl.com/sv-SE/om-kappahl/vart-ansvar/om-vart-ansvar/> [Hämtad 2016-04-15]

AB Lindex (2012). Årsredovisning. Bolagsverket. Göteborg: AB Lindex.

Lindex (2012). Klimatredovisning. AB Lindex
<http://about.lindex.com/se/wp-content/uploads/sites/3/2014/12/Lindex-Klimatredovisning-2012.pdf> [Hämtad 2016-04-20]

AB Lindex (2013) Årsredovisning. Bolagsverket. Göteborg: AB Lindex.

Lindex (2013) Sustainability report. AB Lindex <http://about.lindex.com/se/wp-content/uploads/sites/3/2014/05/Lindex-Sustainability-Report-2013.pdf> [Hämtad 2016-04-15]

AB Lindex (2014) Årsredovisning. Bolagsverket. Göteborg: AB Lindex.

Lindex (2014) Sustainability report. AB Lindex <http://about.lindex.com/se/wp-content/uploads/sites/3/2014/12/Lindex-Sustainability-Report-2014.pdf> [Hämtad 2016-04-15]

MQ (2012) Årsredovisning. Göteborg: MQ Holding AB
http://ir.mq.se/afw/files/press/mq/MQ_ar12_13.pdf [Hämtad 2016-04-15]

MQ (2012) Sustainability report. Göteborg: MQ Holding/Retail AB
http://ir.mq.se/sites/default/files/page/sustainability_report_2012-2013.pdf [Hämtad 2016-04-15]

MQ (2013) Årsredovisning. Göteborg: MQ Holding AB
http://ir.mq.se/afw/files/press/mq/MQ_AR_13_14_Final%20141219.pdf [Hämtad 2016-04-15]

MQ (2013) Sustainability report. Göteborg: MQ Holding/Retail AB



http://ir.mq.se/sites/default/files/page/16952_sustainability_report_2013-2014.pdf [Hämtad 2016-04-15]

MQ (2014) Årsredovisning. Göteborg: MQ Holding AB

http://ir.mq.se/afw/files/press/mq/MQ_AR_13_14_Final%20141219.pdf [Hämtad 2016-04-15]

MQ (2014) Sustainability report. Göteborg: MQ Holding/Retail AB

http://ir.mq.se/sites/default/files/page/mq_hallbarhetsredovisning_2014_2015.pdf [Hämtad 2016-04-15]

H&M (2012) Årsredovisning. Stockholm: H & M Hennes & Mauritz AB

http://about.hm.com/content/dam/hm/about/documents/sv/Annual%20Report/Annual-Report-2012_sv.pdf [Hämtad 2016-04-15]

H&M (2012) Sustainability report. Stockholm: H & M Hennes & Mauritz AB

http://sustainability.hm.com/content/dam/hm/about/documents/en/CSR/reports/Conscious%20Actions%20Sustainability%20Report%202012_en.pdf [Hämtad 2016-04-15]

H&M (2013) Årsredovisning. Stockholm: H & M Hennes & Mauritz AB

http://about.hm.com/content/dam/hm/about/documents/sv/Annual%20Report/Annual-Report-2013_sv.pdf [Hämtad 2016-04-15]

H&M (2013) Sustainability report. Stockholm: H & M Hennes & Mauritz AB

http://sustainability.hm.com/content/dam/hm/about/documents/en/CSR/reports/Conscious%20Actions%20Sustainability%20Report%202013_en.pdf [Hämtad 2016-04-15]

H&M (2014) Årsredovisning. Stockholm: H & M Hennes & Mauritz AB

http://about.hm.com/content/dam/hm/about/documents/sv/Annual%20Report/Annual%20Report%202014_sv.pdf [Hämtad 2016-04-15]

H&M (2014) Sustainability report. Stockholm: H & M Hennes & Mauritz AB

http://sustainability.hm.com/content/dam/hm/about/documents/en/CSR/reports/Conscious%20Actions%20Sustainability%20Report%202014_en.pdf [Hämtad 2016-04-15]

7.2 BÖCKER

Bryman, Alan och Bell, Emma. (2014) *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. 2 uppl, Stockholm: Liber AB.

Deegan, Craig och Unerman, Jeffery (2011) *Financial Accounting Theory*. 2 uppl. McGraw-Hill Higher Education.

Elkington, John. (1999) *Cannibals with Forks: Triple Bottom Line of 21st Century Business Paperback*. Oxford: Capstone.

Eriksson- Zetterquist, Ulla. (2009) *Institutionell teori - idéer, moden, förändring*. Malmö: Liber AB.



Freeman, R. Edward. (1984) *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Marshfield: Pitman Publishing Inc.

Grankvist, Per (2012) *CSR i praktiken*. Liber AB

Gustafsson, Eva och Ekström, Karin M. (2012) *Ett växande klädberg*. i Lennart Weibull, Henrik Oscarsson & Annika Bergström (red) *I framtidens skugga*. Göteborgs universitet: SOM-institutet. s. 285-296.

Holme Magne, Idar och Solvang Krohn, Bernt. (1997)
Forskningsmetodik - Om kvalitativa och kvantitativa metoder. Lund: Studentlitteratur AB.

Jonäll, Kristina. (2013) *VD:n har ordet: Bilden av det Goda Företaget - text och siffror i VD-brev*. Göteborg: BAS.

Lundahl, Ulf och Skärvad, Per-Hugo. (1982) *Företagets intressenter och kontrakt*. Stockholm: Nordstedt och Söner.

Marton, Jan., Lumsden, Marie., Pettersson, Anna Karin. och Lundqvist, Pernilla. (2013) *IFRS - I teori och praktik*. Tredje upplagan. Sanoma utbildning.

Potter, Jonathan. och Wetherell, Margaret. (1994) *Analyzing discourse*. I Bryman, Alan och Burgess, R. G. (Red.) *Analyzing qualitative data*, London; New York, Routledge.