



Handelshögskolan  
VID GÖTEBORGS UNIVERSITET

Företagsekonomiska Institutionen

## **”Debatten har öppnat mina ögon”**

*– En analys av hur negativ uppmärksamhet i media påverkar  
företagens sätt att redovisa hållbarhetsaspekter*

Magisteruppsats i företagsekonomi  
Externredovisning & Företagsanalys  
Höstterminen 2005  
Handledare: Gunnar Rimmel  
Författare: Jim Karlsson  
Anette Stjernström

## **Förord**

*Vi vill härmed passa på att tacka alla de som har bidragit till genomförandet av vår uppsats. Först och främst vill vi tacka vår handledare, Gunnar Rimmel, som varit behjälplig med goda råd och givit oss tips på relevant litteratur. Vidare vill vi tacka Lars-Olle Larsson från Öhrlings PriceWaterhouseCoopers samt Anna Jürgensen från Deloitte, för deras tillmötesgående och den tid de har tagit för att bistå oss med information och inspiration.*

Göteborg, 13 januari, 2006

---

Anette Stjernström

---

Jim Karlsson

## *Sammanfattning*

**Examensarbete i företagsekonomi, Handelshögskolan vid Göteborgs universitet, Extern redovisning och företagsanalys, Magisteruppsats, VT 2005.**

**Författare:** Jim Karlsson och Anette Stjernström

**Handledare:** Gunnar Rimmel

**Titel:** ”Debatten har öppnat mina ögon” - En analys av hur negativ uppmärksamhet i media påverkar företagens sätt att redovisa hållbarhetsaspekter

**Bakgrund och problem:** CSR- redovisning är en relativt ny företeelse i Sverige. Den är delvis frivillig, men vissa delar är lagstadgade. Företagen väljer alltmer att redovisa hållbarhet då kraven från samhället har blivit allt högre. Det har också förekommit många skandaler och debatter i massmedia och det har uttryckts att negativ publicitet är en andledning till att företagen redovisar allt mer CSR, samtidigt som detta inte har bekräftats. Detta har därför lett fram till frågeställningen: *Hur påverkar negativ uppmärksamhet i media företagens sätt att redovisa hållbarhetsaspekter?*

**Syfte:** Syftet med uppsatsen är att bidra med ökad kunskap och förståelse för företagens agerande då de utsätts för negativ uppmärksamhet i media.

**Avgränsningar:** Uppsatsen avgränsas till att endast ta upp negativ publicitet som återfinns i Affärsvärlden och GP:s nyhetsarkiv. Informationen begränsas till publicitet i svensk massmedia och företagen till svenska företag noterade på Stockholmsbörsen. Den ekonomiska informationen analyseras inte.

**Metod:** Åtta företag, från fyra branscher valdes ut och deras årsredovisningar samt separata hållbarhetsredovisningar för åren 2000 till 2004 analyserades. Fakta om skandaler och debatter som förekom under dessa år sammanställdes. Därefter gjordes en innehållsanalys, genom att antalet CSR-ord räknades, samt en retorisk analys, för att se hur företagen hade förändrat sitt sätt att redovisa CSR. Denna modell tog upp de grundläggande begreppen Ethos, Logos och Pathos, som enligt retoriken är nödvändiga för att övertyga och nå fram med sitt budskap.

**Resultat och slutsatser:** I undersökningen konstaterades att negativ publicitet påverkar företagens sätt att redovisa CSR på flera sätt. Bland annat redovisade företag, som hade utsatts för skandaler och debatter en större mängd CSR. Kritiken bemöttes sällan direkt i texterna, men det aktuella området fick ökat fokus. Skandalens storlek påverkade också om den togs upp i redovisningen eller inte.

**Förslag till fortsatt forskning:** Ett sätt att bygga vidare på denna undersökning är att genomföra djupgående, kvalitativa intervjuer med representanter för företagen och med personer som arbetar med att ta fram deras CSR-redovisningar. På så sätt skulle en djupare förståelse kunna fås för företagens ageranden beträffande CSR-redovisning.

## **Förkortningar och centrala begrepp**

<b>CG</b>	Corporate Governance
<b>CSR</b>	Corporate Social Responsibility
<b>EG</b>	Europeiska Gemenskapen
<b>EU</b>	Europeiska Unionen
<b>FAR</b>	Föreningen för auktoriserade revisorer
<b>FEE</b>	Fédération des Experts Comptables Européen
<b>GRI</b>	Global Reporting Initiative
<b>ICC</b>	International Chamber of Commerce (Internationella handelskammaren)
<b>ISO</b>	International Organization for Standardization
<b>OECD</b>	Organisation for Economic Co-operation and Development
<b>SFS</b>	Svensk Författningssamling
<b>SOX</b>	Sarbanes Oxley Act
<b>SRG</b>	Sustainability Reporting Guidelines
<b>ÅRL</b>	Årsredovisningslagen
<b>PWC</b>	Öhrlings PricewaterhouseCoopers

<b>1</b>	<b>INLEDNING</b>	<b>1</b>
1.1	Bakgrund	1
1.2	Problemformulering och forskningsfråga	2
1.3	Studiens syfte	3
1.4	Avgränsningar	3
1.5	Uppsatsens fortsatta disposition	3
<b>2</b>	<b>METOD</b>	<b>4</b>
2.1	Metodsynsätt och forskningsansats	4
2.2	Val av studieobjekt	4
2.3	Metodval	5
2.3.1	<i>Tillvägagångssätt</i>	5
2.4	Datainsamling	6
2.5	Tillförlitlighet	6
2.5.1	<i>Validitet och reliabilitet</i>	6
2.5.2	<i>Källkritik</i>	7
<b>3</b>	<b>REFERENSRAM</b>	<b>8</b>
3.1	Hållbarhetsredovisning	8
3.2	Normgivning	9
3.2.1	<i>Lagstadgad redovisning</i>	9
3.2.2	<i>Frivilliga åtaganden</i>	9
3.2.3	<i>Standarder för redovisning och kontroll</i>	10
3.3	Etik och moral	10
3.4	Skandaler och förändring	11
3.5	Kommunikation	11
3.6	Retorik	12
3.6.1	<i>Årsredovisningen som en retorisk text</i>	12
3.6.2	<i>En analysmodell</i>	14
<b>4</b>	<b>EMPIRI</b>	<b>15</b>
4.1	Skandaler och debatter	15
4.2	Verkstadsindustrin	15
4.2.1	<i>ABB</i>	15
4.2.2	<i>Cardo</i>	17
4.3	Läkemedel/medicinsk utrustning	18
4.3.1	<i>AstraZeneca</i>	19
4.3.2	<i>Gambro</i>	20
4.4	Transportföretag	21
4.4.1	<i>SAS</i>	21
4.4.2	<i>Broström</i>	23

4.5 Detaljhandeln .....	24
4.5.1 <i>H&amp;M</i> .....	24
4.5.2 <i>Clas Ohlson</i> .....	26
<b>5 ANALYS</b> .....	<b>27</b>
5.1 Inledande analys.....	27
5.2 Verkstadsindustrin.....	28
5.2.1 <i>ABB</i> .....	28
5.2.2 <i>Cardo</i> .....	30
5.3 Läkemedel/medicinsk utrustning .....	31
5.3.1 <i>AstraZeneca</i> .....	31
5.3.2 <i>Gambro</i> .....	33
5.4 Transportföretag.....	34
5.4.1 <i>SAS</i> .....	34
5.4.2 <i>Broströms</i> .....	36
5.5 Detaljhandeln .....	36
5.5.1 <i>H&amp;M</i> .....	36
5.5.2 <i>Clas Ohlson</i> .....	38
<b>6 SLUTSATS</b> .....	<b>39</b>
6.1 Slutsats .....	39
6.2 Förslag till fortsatt forskning.....	40
<b>KÄLLFÖRTECKNING</b> .....	<b>41</b>

#### **FIGURFÖRTECKNING**

Figur 3.5 Kommunikationsprocessen från start till mål.....	12
Figur 5.1 Antal CSR relaterade ord i proportion av totala ord I årsredovisningen.....	30
Figur 5.1 Antal CSR relaterade ord i absoluta tal i årsredovisningen och den separata. CSR- rapporten.....	30

#### **BILAGOR**

Bilaga 1: Intressentmodellen

# 1 INLEDNING

## 1.1 Bakgrund

Företagen i Sverige har fått en förändrad arena att verka på. Från att ha varit ett jordbrukssamhälle har Sverige utvecklats till en nation med många framgångsrika företag, som verkar globalt. Med industrialiseringen kom välfärden, men också kraven på företagen att ta ett socialt ansvar för de anställda. Genom lagstiftning drev staten på denna utveckling fram till 1980-talet då en förändring skedde i ideologin. ”Högervindar” svepte över världen, med en omfattande avreglering som följd. Attityden förändrades så att det var mer självklart att företagens primära syfte var att generera vinster. (Schön, 2001) Samtidigt växte sig miljödebatten allt starkare och Miljöpartiet de gröna kom in i riksdagen. (Miljöpartiet, 2005) Tidigare hade miljöarbetet mest handlat om att förhindra eller reparera skador på miljön, men en allt mer förebyggande syn på miljön växte fram, vilket resulterade i flera lagar. Eko-effektivitet blev ett nytt begrepp som innebar en balans mellan ekologi och ekonomi. (Nutek, 2005) Den så kallade Bruntlandkommissionen, som var FN:s kommission för Utveckling och Miljö (1987, s. 43), lanserade begreppet **hållbar utveckling** i sin rapport.

Efter det att miljöfrågor stått i fokus, har nu debatten kommit att alltmer handla om socialt ansvar. Ett skäl till detta är den globalisering som skett, där transnationella företag verkar i olika politiska miljöer, med olika syn på etik och miljö. Medias roll har också förändrats genom att utvecklingen av informationsteknologin har bidragit till en global täckning. Lars-Olle Larsson, specialist inom området och bland annat aktiv i FEE<sup>1</sup>, menar att ”om någon enskild yttre förändring skall nämnas, som djupgående har påverkat förutsättningarna för att driva affärsverksamhet, så är det förändringarna i den mediala situationen” (Larsson, 2005, s. 35). Vi har numera vant oss vid att läsa och höra om skandaler i organisationer, företag och myndigheter. Några exempel är LO:s lägenhetsskandaler, Systembolagets muthärva och Skandiachefernas orimliga ersättningar. (Leijonhufvud, 2004). Globala företag hängs ut för att de använt sig av barnarbete eller exploaterat ”tredje världen”. Klyftorna mellan rika och fattiga länder har genom media tydliggjorts. Denna ”nya” etiska medvetenhet kommer dock inte enbart från ideella organisationer och medias håll. Det finns också en ökad efterfrågan från finansieringsmarknaden, då främst från institutionella placerare och pensionsfonder (Horn af Raintzein, 2003, s. 27).

Även internationellt är trenden tydlig. 1999 riktade FN:s generalsekreterare Kofi Annan en uppmaning till världens företagsledare att delta i ett internationellt initiativ, kallat *the Global Compact*. Dess arbete har inneburit framtagandet av tio universella principer beträffande mänskliga rättigheter, arbete, miljö och korruption. (FN, 1999) I Sverige har det resulterat i ett hållbarhetsarbete på regeringsnivå, men få lagar har antagits. Istället önskas självreglering och år 2002 skrev flera ministrar ett öppet brev till näringslivet, där de uttryckte att ”debatten om företagens ansvar blir alltmer intensiv. Det är glädjande att svenskt näringsliv har tagit en aktiv roll i arbetet för en god miljö och goda arbetsvillkor.” (Regeringen, 2002) Arbetet med och rapporteringen av hållbar utveckling är till största delen frivilligt, men det har blivit praxis i många företag att komplettera sina årsredovisningar med en så kallad CSR-rapport<sup>2</sup>. (Larsson, 2003). Därmed

---

<sup>1</sup> FEE – Fédération des Experts Comptables Européen är en europeisk revisorsorganisation som genom föreningar representerar drygt en halv miljon revisorer. (FEE, 2005)

<sup>2</sup> CSR – Corporate Social Responsibility – kan översättas med företagens sociala ansvar. I vidare bemärkelse omfattar det inverkan på både social och fysisk miljö. (Carroll & Buchholtz, 2000)

väljer allt fler företag att rapportera sin ståndpunkt beträffande miljö, sociala och ekonomiska aspekter. Det samlade begreppet för detta är *hållbarhetsredovisning*.

## **1.2 Problemformulering och forskningsfråga**

"Debatten har öppnat mina ögon." Citatet är hämtat från en intervju med Fredrik Lundberg, huvudägare i Lundbergsfären, som år 2004 tog in kvinnor i samtliga "sina" styrelser efter det att hans företag hamnat på "svarta listan" beträffande jämlikhet och debatten i media varit kritisk. (Carlsson, 2004) Det får oss att tro att medias uppmärksamhet gör att företagsledare och inflytelserika ägare rättar sig efter den allmänna opinionen. Vi har sett flera exempel på hur företag har försvarat och förklarat skandaler i inledningsskedet, men sedan gjort en radikal vändning i åsikt. Det tycks som det finns ett reaktivt samband mellan skandaler och arbete med etiska frågor samt miljö. Ett exempel på detta är NCCs stora satsning på att arbeta med etik efter skandalen kring asfaltkartellen år 2002. (Rudström, 2004)

Frågan är hur väl förankrad denna nyväckta moral är. Är det något som genomsyrar företagen eller är det endast ett retoriskt sätt att hantera kraven från omvärlden? Orsakerna till arbetet med CSR är naturligtvis flera och skiftar från företag till företag, mycket beroende på företagsledarna. En konstaterad anledning är att företagen använder CSR som marknadsföring och ett sätt att hantera sina relationer med intressenterna. (Brodendal & Sjöberg, 2004) Kan vi då lita på innehållet i CSR-rapporten? Flera företag har idag en omfattande CSR-redovisning, men få får högt betyg då granskningar görs av hållbarhetsarbetet (Deloitte, 2005). Bland de främsta företagen på området återfinns ABB. Samtidigt är ABB det företag som råkat ut för en av de största skandalerna i samband med Percy Barneviks avgångsvederlag. Är det en tillfällighet eller är det ett tecken på att företaget vill tvätta bort stämpeln som arena för egennyttiga chefer? Det saknas studier om sambandet mellan CSR-redovisning och negativ publicitet, samtidigt som det från flera håll uttrycks att det är troligt att ett sådant finns. Lars-Olle Larsson<sup>3</sup> framhåller att nio av tio företag som vill ha hjälp med att utforma sin hållbarhetsredovisning har varit utsatta för någon form av skandal i media. Vi finner det därför intressant att undersöka det eventuella sambandet mellan negativ publicitet och utformningen av CSR-rapporten. Detta har lett fram till frågeställningen:

### ***Hur påverkar negativ uppmärksamhet i media företagens sätt att redovisa hållbarhetsaspekter?***

Mot bakgrund av vad som sagts ovan är det troligt att företagens hållbarhetsredovisningar påverkas av negativ publicitet, men frågan är också på vilket sätt redovisningen av socialt ansvar och miljö i så fall förändras. Företagen konkurrerar om bland annat kunder och kapital, vilket gör att det är ytterst viktigt för dem att övertyga sina intressenter om att de är sunda företag, värda att satsa på. Men hur försöker då företagen att övertyga? Vilket retoriskt förhållningssätt företaget väljer beror till stor del på deras syn på mottagaren av informationen. Detta styr i sin tur hur företaget väljer att profilera sig och därför också hur budskapet läggs fram. (Johannesson, 2003) Företagen hamnar i försvarsställning och har flera sätt att förhålla sig till kritiken. De kan exempelvis försvara eller bortförklara, be om ursäkt eller helt enkelt ignorera kritiken. De kan använda logisk argumentation eller vädja till mottagarens känslor. För att svara på

---

<sup>3</sup> Lars-Olle Larsson, föreläsning på Öhrlings PriceWaterhouseCoopers dag för kunder 20 november 2005.



frågeställningen analyserar vi därför redovisningarna utefter hur företagen ser på sig själva, hur de ser på läsarna av redovisningen, hur de argumenterar för sin sak samt vilket utrymme som CSR-redovisningen får.

### ***1.3 Studiens syfte***

CSR är inte ett väl utforskat område. Många företag arbetar inte alls med hållbarhetsredovisning, andra har en viss kunskap om området eller har arbetat med det i några år. Få har integrerat det helt i sin verksamhet (Deloitte, 2005). Det finns en uppsjö av olika standarder som företagen kan följa, men hållbarhet är snarare ett synsätt än något som görs efter en mall. Hållbarhetsredovisning är än så länge ett ungt begrepp och det saknas en hel del kunskap inom området. Genom vårt arbete vill vi därför bidra med ökad kunskap och förståelse för företagens agerande inom området. Främst vänder sig uppsatsen till dem som arbetar med hållbarhetsredovisning ute på företag och revisionsbyråer eller studerar ämnet på högskolor och universitet. Men den vänder sig också till intressenter och analytiker som alltmer tycks beröras av hur företagen redovisar CSR. En annan grupp som antas vara intresserade av ämnet är de som arbetar inom media.

### ***1.4 Avgränsningar***

Undersökningen av ovan angivna frågeställning skulle kunna bli mycket omfattande, men eftersom tiden har varit begränsad har det varit nödvändigt att göra flera avgränsningar. När det gäller publicitet har vi därför enbart sett till negativ sådan, som kan ha ett samband med hållbarhetsfrågor. Vidare begränsas studien till nyhetsarkiv som främst omfattar dagstidningar och facktidningar. Arbetet begränsades också till svenska företag, noterade på Stockholmsbörsen, samt svenska normer. Åtta företag undersöks, från fyra branscher. Det som granskats är företagets rapportering av miljö samt etiska och sociala frågor. Den ekonomiska rapporteringen har uteslutits.

### ***1.5 Uppsatsens fortsatta disposition***

I det första kapitlet har uppsatsens bakgrund, problemformulering, syfte och avgränsningar redovisats. Nedan följer uppsatsens fortsatta disposition.

- Kapitel 2** Kapitel innehåller en diskussion kring valet av metod och studieobjekt. Vidare beskrivs tillvägagångssätt och hur datainsamling skett. Slutligen diskuteras tillförlitlighet och källkritik.
- Kapitel 3** Detta kapitel innehåller en referensram som ger grundläggande förståelse för ämnet. Det inleds med en presentation av hållbarhetsredovisning och de normer och standarder som berör området. En diskussion förs vidare om etik och moral, samt hur dessa begrepp kan kopplas till skandaler och förändringar. Kapitlet avslutas med en redogörelse för kommunikationsprocessen och teorier kring den retorik som används i den.
- Kapitel 4** I kapitel görs en presentation av de undersökta företagen, deras CSR-redovisningar, samt den negativa massmediala uppmärksamhet de fått.
- Kapitel 5** Här görs sammankopplingen mellan empirin och den teoretiska referensramen. Kapitlet syftar till att se om en koppling mellan negativ publicitet och företagets CSR-redovisning finns, enligt den presentation som gjorts i kapitel 1. Analysen ligger sedan till grund för rapportens slutsats.
- Kapitel 6** I detta kapitel presenteras de slutsatser som framkom genom analysen och frågeställningen besvaras. Därefter presenteras egna reflexioner och kapitlet avslutas med förslag till fortsatta studier.

## 2 METOD

---

*Kapitlet inleds med en diskussion om methodsynsätt och forskningsansats, som följs av en redogörelse för valet av studieobjekt. Därefter beskrivs den metod och det tillvägagångssätt som används för att uppnå syftet med uppsatsen och besvara frågeställningen. Vidare beskrivs hur datainsamlingen skett. Slutligen diskuteras tillförlitlighet och källkritik.*

---

### 2.1 *Methodsynsätt och forskningsansats*

Av tradition har forskningen uppfattats som en objektiv vetenskap, som bidrar till en kumulativ kunskapsstillväxt (Alvesson och Skoldberg, 1994). Mot detta står *icke-positivismens* syn att det undersökta fenomenet inte går att skilja från observatören (Björklund & Paulsson, 2003). Det är också så vi ser på vårt uppsatsarbete. Vid en rad tillfällen måste bedömningar göras, som påverkas av våra erfarenheter och vårt synsätt. Exempelvis påverkar vår utbildning både frågeställning och metodval. Vi anar ett samband mellan negativ publicitet och företagets sätt att redovisa CSR. Detta antagande får dock inte påverka resultatet och det är därför viktigt med medvetenhet kring detta. (Björklund & Paulsson, 2003). Det är därför vår ambition att så objektivt som möjligt försöka förklara samband och relationer, samtidigt som vi använder oss av våra tidigare erfarenheter och är medvetna om detta.

CSR-redovisning är relativt nytt. Jämfört med ekonomisk redovisning har det funnits en kort tid. Kunskapen inom området är fortfarande begränsad och därför kan det vara relevant med beskrivande och förklarande studier. (Björklund & Paulsson, 2003) I vårt fall vill vi främst bidra med kunskap om eventuella samband mellan negativ publicitet och företagen, genom att beskriva dessa. Detta kan också ge en förklaring till företagets sätt att agera, även om vi av tidsskäl inte kan fördjupa oss i detta.

### 2.2 *Val av studieobjekt*

Ämnets aktualitet i kombination med att det inte är särskilt väl utforskat gjorde att vi blev intresserade av det. Vi började leta artiklar och uppsatser om CSR och tog bland annat del av Deloitte's undersökning om företagets frivilliga rapportering (2005), som visar hur de företag som är bäst på CSR har utvecklat sin redovisning. Vid en diskussion med vår handledare, kom vi fram till att det saknas kunskap om vad som gör att företagen ändrar sitt sätt att redovisa. Samtidigt tycks det finnas en uppfattning om att skandaler är en påverkansfaktor. Därför valde vi att fokusera på detta i vår uppsats.

Vi beslöt att undersöka några företags årliga rapportering, i form av årsredovisningar och CSR-rapporter. Urvalet gjordes efter Deloitte's (2005) lista, som innehåller de 28 företag på Stockholmsbörsens A-lista, som är bäst på CSR-redovisning. Vi valde tre företag, från olika branscher, för att uppnå en triangulering. Dessa var ABB, AstraZeneca och SAS, som alla har varit utsatta för skandaler. När vi hade valt dessa företag, slog det oss att inget företag från detaljhandeln fanns med på Deloitte's lista. Därför var det intressant att ha med ett sådant företag, för att jämföra. Valet föll på H&M som drabbats av negativ publicitet kring arbetsförhållanden och som också är noterat på Stockholmsbörsen. (Carlsson, 2001) Därefter valdes slumpmässigt ytterligare fyra börsnoterade företag, från samma branscher och kännetecknande för dem är att de inte varit lika utsatta för skandaler. Därför är de intressanta ur jämförelsesynpunkt. Valet föll på Cardo, Gambro, Broström och Clas Ohlson. Vi beslöt att begränsa undersökningen till fakta för fem år bakåt i tiden, beträffande både den massmediala uppmärksamheten och den årliga rapporteringen. Rapporterna är publicerade året efter och bör fånga företagets eventuella agerande till följd av skandalerna. Vi är medvetna om att publicitet från tidigare år kan påverka redovisningen under senare år, men en avgränsning måste göras och en undersökning över fem år är redan det omfattande.

## 2.3 Metodval

Syftet med frågeställningen är att se förändringar i de studerade företagens CSR. För att göra det kan flera metoder väljas. Vi hade kunnat genomföra kvalitativa intervjuer med företagen, men det skulle förmodligen ge mer information om hur företagen ser på CSR i dag, än hur de faktiskt har redovisat CSR under åren. Det har också blivit vanligt att företagen redovisar en stor del av sitt arbete med hållbarhet på sina hemsidor, men denna information förändras kontinuerligt och ger inte heller en god bild av utvecklingen. Att istället analysera den årliga rapporteringen, som är lagstadgad och utkommer regelbundet, ger däremot en möjlighet till detta. Dessutom underlättas jämförelser mellan företagen. En textanalys är därför i detta fall mer relevant. I textanalyser handlar det om att urskilja och undersöka olika delar av texten, samt olika fenomen. Några vanliga inriktningar är innehållsanalys, argumentationsanalys, diskursanalys och lingvistisk textanalys (Bergström & Boréus, 2005).

Vi valde att inledningsvis göra en innehållsanalys. Det är ett tillvägagångssätt som består av att kvantifiera, det vill säga räkna eller mäta förekomsten av vissa företeelser i texter. Valet föll på att mäta antalet ord, för att se om CSR-redovisningen fick ökat eller minskat utrymme, både totalt sett och i förhållande till den övriga redovisningen. Därefter ansågs innehållet i texterna vara det mest väsentliga att studera. En lingvistisk textanalys skulle bidra med att belysa hur företagen ändrar sina ordval. En argumentationsanalys skulle visa hur företagen förklarar och försvarar sitt agerande. En diskursanalys skulle ta hänsyn till hur texterna produceras, distribueras och konsumeras och kan visa på förändringar i synsätt över tiden. (Bergström & Boréus, 2005) Alla dessa analyser är relevanta för att få en god överblick av företagens redovisning. Genom att genomföra en analys ur ett retoriskt perspektiv kombinerar vi dessa alternativ, samtidigt som metoden starkt kopplas till frågeställningen, genom att fokus läggs på hur företagen försvarar sitt agerande. Retorik, även kallat "konsten att övertyga" är ett ämne som lärs ut på högskolor och universitet. En av oss författare har studerat detta, vilket gör att de grundläggande kunskaperna om retorik funnits från början. Då ämnet är omfattande, har vi valt att beskriva det mer utförligt i referensramen nedan.

### 2.3.1 Tillvägagångssätt

Inledningsvis fördjupade vi oss i ämnet hållbarhetsredovisning, men även i teorier kring kommunikation och analys av texter. Därefter påbörjades sökningen efter negativ publicitet i media. Vi noterade hur många "träffar" vi fick vid sökningarna på företagsnamnen. Därefter gick vi igenom materialet, genom att ögna igenom rubriker och läsa artiklar, som föreföll innehålla negativ publicitet kopplad till CSR. De artiklar som föreföll relevanta kopierades in i ett dokument och därefter sammanställdes de viktigaste händelserna för varje räkenskapsår. Denna kvalitativa metod innebar en rad bedömningar. Bland annat gjordes en uppskattning av vad som är negativ publicitet, vad som är relevant sådan och om den kan kopplas till företagens CSR. Dessutom bedömdes hur stor "skandalen" var, efter antalet artiklar, deras spridning samt hur länge debatten varade. En uppskattning gjordes också av tonen i debatten och efter hur många som var engagerade. Vi samlade också in fakta om företagen, för att ge en bild av dessa. Den innefattade även en mindre mängd ekonomisk information för att kunna bedöma om stora förändringar i ekonomin kan ha påverkat utformningen av redovisningen och därför även hållbarhetsredovisningen. Även fakta om företagens hållbarhetsredovisning inhämtades, för att bland annat ge en överblick av vad som publicerats.

Därefter inleddes analysen genom att vi räknade antalet ord i företagens årsredovisningar respektive hållbarhetsredovisningar. Vi räknade både antalet CSR-ord och totalt antal ord. Ett alternativt sätt skulle kunna vara att räkna antalet sidor, men vi valde att inte göra det, då detta påverkas av bilder och typsnitt med mera. Vi räknade

ord genom att kopiera över texterna till ordbehandlingsprogrammet Word och där användes funktionen Räkna ord. I två fall var detta inte möjligt. Det gällde SAS och Clas Ohlsons CSR-redovisningar för år 2001, som har ett annorlunda format. Då räknade vi en del manuellt och gjorde uppskattningar genom jämförelser. Som CSR-ord räknade vi hela den separata CSR-redovisningen, då sådan fanns, samt de kapitel i årsredovisningen som direkt handlade om CSR, så som exempelvis Miljö, Medarbetare och Corporate Governance. Resultatet skilde sig lite, beroende på hur vi bedömde dessa stycken, men skillnaden var försumbar och påverkade inte analysen. Informationen vi fick fram sammanställdes i diagram.

Därefter gjorde vi en genomgång av när och var i rapporterna företagen redovisade CSR. I första hand granskades årsredovisningarna, eftersom de underlättar jämförbarheten samt ger en god överblick över hur CSR ändras i förhållande till övrig redovisning. När separat redovisning av CSR förekommit har vi därför endast granskat denna översiktligt. Exempelvis granskade vi när Hållbarhetsredovisning och Corporate Governance fått egna rubriker, om CSR-redovisningen varit integrerad eller separat, samt var den placerats i förhållande till övrig information. Vi analyserade också hur företagen har sett på sig själva och mottagarna av informationen samt om och hur skandaler har tagits upp. Resultatet av de båda undersökningarna sammanställdes därefter i analysen.

## ***2.4 Datainsamling***

En mer övergripande kunskap om ämnet CSR fick vi genom föreläsningarna på Handelshögskolan i Göteborg under hösten år 2005. Därefter skaffade vi oss information om ämnet genom att främst läsa artiklar, böcker och uppsatser. Genom dessa fick vi också förslag på nya källor. De flesta böckerna lånade vi på universitetsbiblioteket i Göteborg. Vi sökte också på olika Internetsidor och med hjälp av sökmotorer sökte vi på ord som exempelvis ”CSR”, ”hållbarhetsredovisning”, ”Tripple Bottom Line”, ”socialt ansvar” och kombinationer av ord, som exempelvis ”etik” och ”redovisning”, med mera. Centralt har begrepp som socialt ansvar och miljöansvar varit och hur de tillsammans med ekonomiska aspekter bildar det numera vedertagna begreppet hållbarhetsredovisning. Vi har vidare diskuterat ämnet med vår handledare, samt med Lars-Olle Larsson<sup>4</sup>, som har arbetat med dessa frågor i många år. Genom honom fick vi också möjlighet att gå på ett seminarium om hållbarhetsredovisning. När det gäller fakta om företagen har vi främst använt oss av deras årsredovisningar och separata hållbarhetsredovisningar, om sådana funnits. När det gäller negativ uppmärksamhet i massmedia valde vi att söka i Affärdatas (2005) och GPs (2005) nyhetsarkiv. Affärdata har främst artiklar med ekonomisk anknytning från bland annat affärstidningar, som exempelvis Affärsvärlden, olika facktidningar och från dagspressen. GPs arkiv gav vid sökning ytterligare information, varför denna källa också användes.

## ***2.5 Tillförlitlighet***

### **2.5.1 Validitet och reliabilitet**

Genom att ställa företagets redovisning gentemot vad pressen skrivit om företagen är det möjligt att finna ett orsakssamband mellan den negativa publiciteten och företagets CSR-redovisning. Dock kan vi inte utesluta att andra faktorer påverkat företagets CSR. Ibland finns det gränsfall, där massmedial uppmärksamhet samverkar med krav från

---

<sup>4</sup> Lars-Olle Larsson, sakkunnig på Öhrlings PriceWaterhouseCoopers, aktiv i FEE. Telefonsamtal den 2 november 2005.

betydande intressenter och det är svårt att påvisa vad som får företagen att förändra sitt redovisningssätt. Har intressenterna ändrat sina krav eller är det massmedia som har upplyst intressenterna och fått dem att ställa krav? För att säkerställa skälet till förändringarna i företagens redovisning krävs alltså en mer djupgående undersökning. Den undersökning vi genomför är dock relevant för forskningsfrågan. Fokus läggs på om förändringarna sammanfaller med negativ publicitet. Eftersom undersökningen görs på åtta företag, under fem år, blir det fyrtio år som studeras. Detta bör ge ett underlag som mäter det vi avser att mäta och därför ger validitet åt undersökningen. Det hade dock varit önskvärt att undersöka fler företag, från exempelvis andra branscher, men omfattningen av arbetet har förhindrat detta. Vår undersökning begränsas också till att ta upp svenska förhållanden och svenska företag. Det gör att tolkningen av ”skandalerna” ses ur svensk synvinkel, det vill säga ur vårt moraliska perspektiv. Företagen som undersöks är svenska, men flera av dem har delvis utländsk ledning och verkar i flera länder, vilket kan påverka företagens sätt att förhålla sig till publiciteten. Vi bedömer det som att eventuella skillnader i synsätt mellan svensk respektive utländsk ledning inte har någon stor betydelse, utan att det i så fall snarare är kopplat till personliga värderingar.

Om en ny undersökning görs, beträffande vårt arbete, skulle den del som omfattar den kvantitativa beräkningen sannolikt bli densamma, när det gäller resultatet. Dock kan skillnader förekomma i sättet att räkna ord, men som vi tidigare påpekat visade det sig vid en kontroll att det inte påverkade resultatet. Samma sak bör gälla den negativa publiciteten. Visserligen innefattar denna del av undersökningen en hel del uppskattningar, men underlaget i form av artiklarna ger god information. Omfattningen, antalet artiklar och debattörer, samt hur starka ord som används ger en god indikation på hur viktig händelsen var. Analysen bygger alltså på relativt tillförlitlig information och resultatet bör bli detsamma om undersökningen görs om. När det gäller den retoriska analysen så bör resultatet också bli detsamma. Det finns dock ett utrymme för olika tolkningar när det handlar om att tolka text. Retorikens regler ger dock ett bra analysverktyg, som en av oss författare har erfarenhet av att använda. Vi har genomfört analyserna ihop och har samtidigt försökt att hålla oss så neutrala och objektiva som möjligt. Även om ett visst tolkningsutrymme finns, så borde resultatet av undersökningen inte påverkas nämnvärt av det.

### **2.5.2 Källkritik**

Företagens årliga redovisningar är i detta fall primärkällor och ger den information vi önskade. Så som tidigare nämnts möjliggör de jämförelser mellan åren och mellan företagen och ger en god inblick i företagens utveckling. När det gäller massmedia är detta en sekundärkälla och det förekommer att uppgifter inte alltid är korrekta. Dock är det inte det vi vill mäta. Rent retoriskt behöver inte uppgifterna vara sanna för att övertyga och därför påverkas ändå företagen (Rydstedt, 1993). Eftersom källorna vid skandaler är flera, så bedömer vi att vi har fått en god bild av dessa. Även sekundärkällorna i form av litteratur bedömer vi har hög tillförlitlighet, då vi främst använt oss av relativt färsk sådan, i form av kursböcker och annan vetenskaplig litteratur. Vi har också läst en större mängd litteratur och på så sätt har vi kunnat jämföra synsätt och åsikter. Internet är den källa vi använt som kanske har lägst trovärdighet, men den har främst använts till att ta fram övergripande information om företagen och om den negativa publiciteten. Men oavsett vilken källa som använts har vi försökt att ha en kritisk hållning och har samtidigt försökt att se till författarens syften och bakomliggande föreställningar.

### 3 REFERENSRAM

---

*Detta kapitel syftar till att ge en grundläggande referensram som är relevant för uppsatsen. Det inleds med en presentation av hållbarhetsredovisning och de begrepp som används. Därefter redogörs för normer och standarder som berör området. En diskussion förs vidare om etik och moral, samt hur dessa begrepp kan kopplas till skandaler och förändring. Kapitlet avslutas med en redogörelse för kommunikationsprocessen och teorier kring den retorik som används i den.*

---

#### 3.1 Hållbarhetsredovisning

Hållbarhetsredovisning är ett av många begrepp som används vid redovisning av hur företag arbetar med etiska frågor och miljö. Begreppet lanserades av Världskommissionen för Miljö och Utveckling (1987, s. 7) och innebär ”att utvecklingen tillgodoser dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillgodose sina behov”. FN förtydligar detta genom att påpeka att det omfattar inte bara ekonomiska faktorer, utan är även ett sätt att hantera miljö, mänskliga aspekter samt institutionell kapacitet (FN, 2005). **Tripple Bottom Line** är ett annat använt begrepp, som syftar på de tre ansvarsområdena finans, miljö och socialt ansvar (Zadek, 2001, s 111). **CSR** har samma syfte, men definieras som ekonomiskt ansvar (att vara lönsam), lagligt ansvar (följa lagar) etiskt ansvar (handla etiskt riktigt) samt filantropiskt ansvar (att vara en god samhällsmedborgare). (Carroll & Buchholtz, 2000) I många fall talas det endast om **Socialt Ansvar**<sup>5</sup> och då innefattar detta även ansvar för miljö. När vi i denna uppsats använder begrepp som Hållbarhetsredovisning, CSR-rapportering, Tripple Bottom Line eller redovisning av Socialt Ansvar, syftar vi på den redovisning som kompletterar den ekonomiska redovisningen i form av olika typer av socialt ansvar och ansvar för miljön. Vi inbegriper även Corporate Governance i detta, eftersom det handlar om frågor av etisk och social karaktär.

Hållbarhetsredovisning syftar till ett vidgat perspektiv och är ett relativt nytt sätt att tänka. Henry Mintzberg (2003) uttrycker det som att ”företaget är inte bara en pengamaskin utan i hög grad en del av samhället”. Sven-Erik Johansson (2004) ser företag som ”levande organisationer som oavsett all teknisk utveckling består framförallt av människor, som arbetar och utvecklar företaget i ett nätverk av relationer”. Detta synsätt konkretiseras i Intressentmodellen (Bilaga 1), som identifierar intressenters inflytande på affärsutvecklingen (Samuelson, 2001).

Hållbarhetsredovisning kan också ses som en ledningsfråga. Sven-Eric Johansson (2004) påpekar att ”ansvarslösa och inkompetenta styrelser och företagsledningar kan på kort tid rasera de värden som det tagit årtionden för tidigare ägare och företagsledningar att tillsammans med engagerade och kompetenta medarbetare bygga upp.

Hållbart synsätt för företag kan vara mer eller mindre integrerat i företagets verksamhet och redovisning. En del företag väljer att redovisa CSR separat, för att kunna ge den ett särskilt utrymme, men det säger inget om hur integrerat Socialt Ansvar är i verksamheten. CSR kan vara en grundläggande ideologi, men också till största delen ett sätt att marknadsföra företaget som ett ansvarsfullt företag. Oavsett hur djupt ideologin når, så handlar det om att skapa förtroende för företaget. (Brodendal & Sjöberg, 2004)

---

<sup>5</sup> Då vi talar om Socialt Ansvar som begrepp använder vi inledande versaler för att skilja det från innebörden av orden ”socialt ansvar”.

## 3.2 Normgivning

Sed och moralisk uppfattning leder i vissa fall fram till juridiska regler, såsom exempelvis stiftade lagar och praxis. (Malmström & Agell, 2001) Sedan Sverige gick med i EU har vår lagstiftning påverkats mycket av EU:s regelverk. Stort inflytande har också SOX<sup>6</sup> som antogs i USA år 2002, som svar på den senaste tidens stora skandaler. I Europa har Storbritannien varit föregångare på Corporate Governance-området, men även i Sverige har det arbetats med bolagsstyrningsfrågor, till följd av de senare årens skandaler. (Johansson, P, 2004) Det sker en ständig utveckling av regler för hållbarhetsredovisning. EU ställer grundläggande krav på Socialt Ansvar, men Sverige har i vissa fall valt att gå längre i sin lagstiftning. Vi har ett flertal lagar som berör sociala frågor, som bland annat anställningstrygghet och medbestämmande. Samma sak gäller miljöfrågor. Nedan redogör vi för en del av de regler och standarder som företag rättar sig efter då de arbetar med och upprättar sin CSR-redovisning.

### 3.2.1 Lagstadgad redovisning

*Årsredovisningslagen* (SFS 1995:1554) styr företagens redovisning i Sverige. I femte kapitlet finns bestämmelser om vilka upplysningar som måste lämnas som tillägg till den finansiella redovisningen. Här finns krav på information, som berör de sociala delarna, exempelvis redovisning av ersättningar. I sjätte kapitlet ställs krav på att förvaltningsberättelsen skall innehålla en rättvisande översikt över utvecklingen av företagets verksamhet, ställning och resultat. (SFS 1995:1554) I år tillkom två ändringar av årsredovisningslagen, (2005:192 och 2005:554), som syftar till att genomföra vissa förändringar i EG:s fjärde bolagsrättsliga direktiv. Genom dessa förtydligas att ickefinansiella upplysningar som krävs för att förstå verksamheten, skall lämnas av större företag, bland annat om miljö- och personalfrågor. En tanke bakom detta är bland annat att risker och osäkerhetsfaktorer skall belysas. (Prop. 2004/05:68).

Ett flertal miljölagar reglerar också företagens verksamheter. I Sverige utgör *Miljöbalken* (SFS 1998:808) den centrala lagstiftningen, men EU har också infört gränsoverskridande regler och det finns en rad internationella konventioner. (Ebbesson, 2003) Andra lagar, som exempelvis *Aktiebolagslagen* (SFS 1975:1387) reglerar också företagens verksamhet, samt ägarnas och ledningens ansvar och befogenheter. Dessutom finns ett antal arbetsrättsliga lagar, som företagen måste följa.

### 3.2.2 Frivilliga åtaganden

Förutom lagar finns regler som inte är obligatoriska, men som i vissa fall ändå måste följas. Ett exempel är *Svensk kod för bolagsstyrning* som gäller från år 2005 för vissa företag noterade på Stockholms fondbörs. "Bolagskoden", reglerar framförallt styrelsens och ledningens arbete, ansvar samt ersättningar. (Larsson, 2005) Syftet är att förbättra förtroendet för svenskt näringsliv och den har utvecklats i nära anslutning till den brittiska *Combined Code*<sup>7</sup> och EU:s arbete för gemensamma regler. Även om Bolagskoden måste följas, ger den utrymme för stor frivillighet som innebär "följ eller förklara". I USA motsvaras den av *SOX*, som företag noterade i USA måste följa.

---

<sup>6</sup> Sarbanes Oxley Act är en kod för bolagsstyrning i USA, denna kod uppkom som en direkt följd av ett antal uppmärksammade skandaler. (Malmqvist, 2003)

<sup>7</sup> Combined Code (2004) är en vidareutveckling av dess föregångare – "Code of best practice" som infördes redan 1992 i England. Combined Code har varit "en förebild för andra europeiska bolagsstyrningskoder". (Blix och Thorell, 2005)

Det blir också allt vanligare att företag ansluter sig till någon form av standard för CSR. Gemensamt för dessa är att de bygger på tvingande regler, som exempelvis de av FN fastslagna mänskliga rättigheterna, samt annan internationell rätt (Larsson, 2005). Exempel på standarder är *UN Global Compact* (2005), som omfattar tio principer om mänskliga rättigheter, arbetsvillkor, miljö och korruption. *OECD*<sup>8</sup> (2005) har också tagit fram principer för etiskt företagande, vilka förtydligar främjandet av lokal utveckling. Även den svenska regeringen (2002) har inlett ett projekt, kallat *Globalt Ansvar*, som syftar till att understödja OECD:s riktlinjer för multinationella företag och principerna för FN:s Global Compact. EU har också arbetat fram ett förslag till ramverk beträffande hållbar utveckling i sin *Grönbok* från år 2001. *ICC*<sup>9</sup>, som arbetar för att underlätta global handel, har tagit fram riktlinjer för miljömedvetet ledarskap. Dessutom finns ett förslag till riktlinjer avseende företagens sociala ansvar. Förutom dessa standarder som nämnts, finns ett stort antal andra ”uppförandekoder” och rekommendationer. Det är också vanligt att företagen utformar en egen policy för CSR, en så kallad *Code of Conduct*.

### 3.2.3 Standarder för redovisning och kontroll

För att underlätta arbetet med hållbarhet finns olika verktyg för implementering och uppföljning. Ett av detta är *SRG*<sup>10</sup>, som har tagits fram av GRI<sup>11</sup> och används för rapportering av verksamhet (GRI, 2005). *ISO*<sup>12</sup> *14000-serien* är ett annat vanligt redskap, som används vid miljöarbete. En ny standard för Socialt Ansvar, *ISO 26000*, beräknas vara klar i slutet av år 2008. (ISO, 2005) Andra vanliga standarder är *SA 8000* (SAI, 2005) och *AA1000 Assurance Standard* (AccountAbility, 2005) I Sverige har FAR<sup>13</sup> tagit fram en vägledning för revision av CSR, *Oberoende översiktlig granskning av frivillig separat hållbarhetsredovisning*. (FAR, 2005) De större revisionsbyråerna har i sin tur utvecklat arbetsmetoder för utvärdering och granskning, som bygger på denna vägledning. Förutom olika standarder och metoder finns en rad index där företagens CSR rankas, som exempelvis *Dow Jones Sustainability Group Index* (1999).

### 3.3 Etik och moral

Lagar och regleringar är normsystem som uppstått ur mänskliga kulturer och deras etiska och moraliska synsätt. Etik kan jämföras med en sed som övergått i en vana hos en grupp människor, medan moral mer är att betrakta som en värdering av vad som är ett korrekt uppförande (Svenska Akademien, 2005). Moral kan också ses ur olika synvinklar, som till exempel affärsmoral och samhällsmoral. Detta belyser att företag gör andra prioriteringar än vad medborgarna i samhället gör och på så sätt kan företagsledare utveckla en etik och kultur som skiljer sig från det övriga samhällets. Så tycks vara fallet i de många skandaler som har förekommit de senaste åren. Doris Schroeder (2002) påpekar att högste chefens etiska uppförande fortplantas ner i organisationen och blir till etik även för de lägre nivåerna. Därför är det etiska synsättet avhängigt av ledarnas synsätt. (Jacobsen & Thorsvik, 2002).

Det finns olika sätt att förhålla sig till etik. En del hävdar att det är egoism som styr allt vi företar oss, men de flesta anser att detta är ett oetiskt sätt att tänka. Utilitarismen talar

---

<sup>8</sup> Organisation for Economic Co-operation and Development

<sup>9</sup> International Chamber of Commerce, det vill säga Internationella handelskammaren.

<sup>10</sup> Sustainability Reporting Guidelines

<sup>11</sup> Global Reporting Initiative

<sup>12</sup> International Organization for Standardization

<sup>13</sup> Föreningen för auktoriserade revisorer (2005). De ger bland annat ut FAR:s samlingsvolym, som innehåller regelverk och rekommendationer för redovisning och revision.



istället om största möjliga tillfredsställelse för störst antal människor. (Duska & Duska, 2003) Immanuel Kant (2003) menar att arbeta med etiska frågor för att det lönar sig, är att inte vara etisk. Samtidigt visar en studie av Claes Trollestad (2002) att det nästan uteslutande ges ekonomiska motiv till att arbeta med värderingar i organisationer. Det kan därför vara svårt för företag att agera etiskt, eftersom det ofta strider mot det tänkesätt som dominerar. Samtidigt har intresset för CSR ökat och det anses vara ett uttryck för ett ökat etiskt och moraliskt medvetande i samhället.

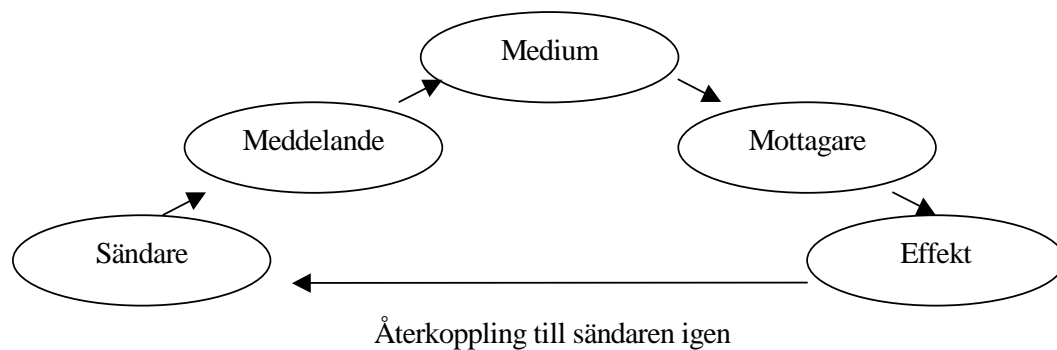
### **3.4 Skandaler och förändring**

Våra etiska och moraliska värderingar skapar förväntningar på hur andra människor skall agera. När våra förväntningar inte uppfylls och det berör oss känslomässigt, upplever vi en konflikt. Är ”överträdelsen” stor, kan det leda till en skandal. (Johansson, P, 2004). En skandal är något som väcker anstöt eller ger anledning till förargelse hos allmänheten eller en större krets. (Svenska Akademien, 2005) Dessutom rubbar skandaler ofta förtroendet, som tagit lång tid att bygga upp. För att återskapa det krävs positiva erfarenheter under en längre tid och tillit är avgörande. (Flynn, Slovic, & Kunreuther, 2001). För företag är förtroende viktigt, eftersom det är en förutsättning för goda intressentkontakter. William G Ouchi (1980) menar att förtroende kan fungera som ersättning för fullständig information. Eftersom allmänhet och aktieägare måste förlita sig på information som företagen presenterar är det därför viktigt att det finns förtroende för dem som tar fram uppgifter.

Skandaler kan ses som sociala fenomen som utgörs av kända och självständiga berättelser (Johansson, P. 2004). Därtill utgör de ofta grunden till förändring. Kaos- och förändringsteoretikerna talar om attraktionsfaktorer som konkurrerar om vårt intresse. Exempelvis kan tidningarnas rubriker betraktas som sinnesförnimmelser, som konkurrerar med andra sinnesförnimmelser om mottagarens uppmärksamhet (Palm & Windahl, 1989). Om uppmärksamheten dras till en attraktionsfaktor, så blir den andra av mindre intresse och jämvikten ändras. Här finns då alternativen att återgå till tidigare handlingsmönster eller att skapa en förändring. Samma sak är det med företagens attraktionsmönster. Så länge ett beteende uppfattas som korrekt sker ingen förändring, men om andra uppfattningar börjar råda, står företaget inför beslutet om en förändring, skall ske, eller om det skall bortse från dem som kräver ändring. Regler, kultur och makt är exempel på krafter som låser ett företag i dess gamla attraktionsmönster (Jacobsen & Thorsvik, 2002). Massmedias roll, både som informatör och opinionsbildare är i sammanhanget väsentlig. Där formuleras budskapen så att de ska fånga vår uppmärksamhet och också väcka känslor. Media når idag ut till en stor grupp människor och om attraktionskraften är tillräckligt stark, kan detta leda till förändring.

### **3.5 Kommunikation**

Att kommunicera värderingar och ställningstaganden, både internt och externt är viktigt för företagen och en förutsättning för arbetet med CSR (Larsson, 2005). Lars Hallgren och Magnus Ljung (2005) hävdar vidare att det är den kontinuerliga kommunikationen i samhället som ligger till grund för hållbar utveckling. Kommunikation är ett ömsesidigt utbyte av information, som sker genom en kommunikationsprocess (Figur 3.5). **Sändaren** är den som förkroppsligar meddelandet, till exempel styrelsens ordförande eller reklambyrån. **Meddelandet** är en uppsättning ord, bilder och symboler, men det är också den mening som sändaren respektive mottagaren lägger i det. **Mediet** är ofta massmedia, men även människan är ett medium. **Mottagaren** är dels den avsedda, men också den faktiska. **Effekten** är den påverkan budskapet har. **Återkopplingen** är meddelandets effekt, så som det kan avläsas av sändaren. (Palm & Windahl, 1989)



Figur 3.1: Kommunikationsprocessen från start till mål (och tillbaka igen). Palm & Windahl, 1989: 9

**Information** är innehållet i kommunikationsprocessen och ligger till grund för beslut. Det är inte sällan ett sätt att få andra att göra som man vill och därmed är det ett instrument för maktutövning. Människor och institutioner använder information som ett slags synonym för öppenhet, men öppenhet finns många gånger bara på sändarens villkor. Detta är viktigt att hålla i minnet vid analys av information. (Palm & Windahl, 1989) Jürgen Habermas (2001) menar också att företagen fokuserar på tekniskt-vetenskapliga lösningar, framför att diskutera etiska problem och de grundläggande värdena. Därför menar han att kommunikationen systematiskt blir förvrängd så att effektivitet kommer i fokus.

### 3.6 Retorik

Företagens CSR-redovisning är information, men samtidigt en retorisk skrift som syftar till att övertyga läsaren om att företaget är etiskt och ansvarsfullt. Idag har det därför blivit allt vanligare att anlita olika mediebyråer för att få hjälp med utformningen av rapporterna och att "sälja in" budskapet, vilket är kärnan i retorik. Kurt Johannesson, professor i retorik (2003, s. 12) definierar retorik som "konsten att vad det än gäller finna det som är bäst ägnat att övertyga". Retoriken har lärts ut sedan antiken och har fått en renässans på grund av informationssamhället. Ett budskap kan idag nå flera miljoner människor, men konkurrensen är stor. Det är därför inte bara viktigt att ha ett budskap eller att ens kunna formulera det på ett övertygande sätt. Det är minst lika viktigt, att kunna förmedla vad som skall sägas och ge ett gott intryck. Den som behärskar retoriken och är en duktig kommunikatör besitter makt att få människor att se saker från sin egen synvinkel. Orden styr vad vi tänker, tankarna styr vårt handlande och handlandet förändrar världen. När retoriken är som bäst tycker sig mottagaren bara se verkligheten i ett nytt, klart ljus. Därför är det inte bara viktigt att kunna lära sig att hantera orden. Det är också viktigt att kunna genomskåda dem. (Johannesson, 2003)

#### 3.6.1 Årsredovisningen som en retorisk text

När ett företag står inför uppgiften att sammanställa sin hållbarhetsredovisning och kanske förklara eller försvara en inträffad händelse som väckt upprörda känslor, är det viktigt att förbereda texten. Hänsyn måste då tas till **kontexten**, det vill säga textens genre, den retoriska situationen och läsaren. Frågor som författaren har att ta ställning till är flera: Till vem ska texten vända sig, varför skrivs den, när skall den skrivas, vad skall skrivas, hur skall det skrivas och var ska texten placeras? Genren är vilken typ av text det är och i vilket sammanhang den tillkommit. Det kan vara en politisk genre, ceremoniell genre, försvars/anlagelseskrift eller predikan. (Karlberg & Mral, 2001) Företagens redovisning kan närmast liknas vid en politisk text som är tänkt att övertyga

läsaren om att företaget är framgångsrikt. Samtidigt kan skandaler kring företaget göra att delar av texten får formen av ett försvarstal. Situationen är offentlig och texten anpassas till formella och informella regler, men även efter läsarna. De utgör en central fråga. Av tradition riktas redovisningar ofta till aktieägare och andra finansärer, men numera är även andra intressenter ofta viktiga mottagare. Företagets ledning måste göra en bedömning av vilka intressenter de främst skall rikta sig till, för att utefter detta bygga upp sin argumentation och bemöta eventuella invändningar mot budskapet. Hur företaget väljer att framställa sig påverkar hur läsaren mottar budskapet.

När företaget tagit ställning till frågorna ovan är det dags för *dispositionen*. Detta innebär hur företaget väljer att stegvis bygga upp texten för att leda läsaren mot en bestämd övertygelse. (Karlberg & Mral, 2001) En bedömning görs då var i årsredovisningen hållbarhetsfrågor skall placeras. Vidare skall företaget ta ställning till hur texten skall disponeras. En grundläggande regel säger att *inledningen* (exordium) skall vara intresseväckande och anpassad efter ämnet (Johannesson, 2003). I årsredovisningen utgör detta oftast en kort, inledande text om företaget, i CSR-redovisningen likaså. I nästa del, *narratio*, beror innehållet på hur författaren uppfattar publiken, ämnet och situationen. Denna del skall vara en kort, klar och sannolik berättelse om bakgrunden (Karlberg & Mral, 2001). Här väljer de flesta företagen att redovisa året som gått i ett sammandrag och därefter låta VD, koncernchef eller styrelseordförande ta ordet. Detta kan ses som en inledning till *propositionen*, som är textens tes eller huvudtanke (Johannesson, 2003). Den mynnar ut i argumentationen, som är textens centrala del.

*Argumentationen* kan vara av logos-karaktär och då vädja till läsarens logik, genom huvudargument, stödargument och motargument (antiteser). Den kan också vara av pathos-karaktär, det vill säga vädja till läsarens känslor, genom att exempelvis måla upp en möjlighet eller att tala till människors ansvarskänslor. De bästa argumenten skall komma först och sist för att ge bäst effekt. (Karlberg & Mral, 2001) För företagen innebär argumentationen ofta att redogöra för företagets affärsidé, strategi och verksamhet. Detta upplyser läsaren om syftet med företagandet. Vidare ges en beskrivning av den omvärld och de faktorer som påverkar företaget, vilket i sin tur mynnar ut i en förklaring av företagets prestationer, i form av bland annat resultaträkningen. På detta sätt byggs rapporten upp, men även texterna i kapitlen, om än kanske inte lika tydligt.

I slutet av texterna, det vill säga efter argumentationen, görs oftast en *conclusion*, det vill säga en sammanfattning eller avrundning (Karlberg & Mral, 2001). Här repeteras ofta de viktigaste argumenten och detta är textens höjdpunkt, där budskapet "slås in". Här kan känslan stegras genom till exempel bilder, beskrivningar, indignation eller vädjan. (Johannesson, 2003) Detta gäller för tal i allmänhet, men rapporterna som företagen ger ut är oftast långa och det är inte troligt att en läsare läser dem från början till slut. Därför ses denna viktiga, sammanfattande del mest i slutet av de olika kapitlen.

När företaget har tagit ställning till dispositionen måste *stilen* väljas. Med detta menas sättet att skriva efter uppgift. Stilnivån och kontexten är oftast beroende av varandra. Det finns tre nivåer: hög-, mellan- och lågstil. Högstilen är korrekt och högtidligt. Mellanstilen är normalprosa, medan lågstilen kännetecknas av jargong och folkligt tal-språk. (Karlberg & Mral, 2001) I en formell och offentlig skrift, som årsredovisningen, är valet ofta den mer förtroendeingivande högstilen. Johannesson (2003) påpekar att språket ska vara korrekt och begripligt, samt texten passande och måttfull. Det kan därför krävas olika stilar i olika delar av redovisningen. Exempelvis är den ekonomiska redovisningen av typisk informativ karaktär och språket förväntas därför vara sakligt. Ett känslomässigt språk i denna del skulle bli fel, medan det kan vara mer på sin plats i

CSR-redovisningen, som behandlar etiska aspekter. Johannesson (2003) framhåller också att det är viktigt att argumenten inte är stötande. Allt som oroar och kan störa samhörigheten som byggts upp skall undvikas. Därför står företagen exempelvis inför dilemmat om de skall ta upp skandaler eller om dessa skall "tigas ihjäl".

### 3.6.2 En analysmodell

Målet med en retorikanalys är att förstå hur texter som är avsedda att övertyga är uppbyggda, men också hur de fungerar i samhället. I en grundlig retorisk analys studeras kontext, disposition, argumentation och stil. Detta är ett sätt att se på kommunikationsprocessens sändare, meddelande, medium, mottagare och effekt. För att kunna göra en mer övergripande analys, som ändå tar upp det väsentliga i retoriken kan istället en analys av "författarens plikter" göras. Dessa är Ethos, Logos och Pathos.

**Ethos** är avsändarens karaktär och trovärdighet. Det motsvarar det första ledet i kommunikationsprocessen, det vill säga avsändaren. Ethos är hur företaget vill framställa sig och syftet är att väcka intresse, inge förtroende och välvilja, så att mottagaren är villig att ta emot budskapet. Därför sker Ethos-skapandet i redovisningens inledning. Det är viktigt att avsändaren har auktoritet, som exempelvis en hög chef eller en specialist, så att vi upplever att avsikten är uppriktig och hederlig. Samtidigt skall avsändaren inte vara en besserwisser, utan gärna inta en kunnig men ödmjuk attityd. Det gäller att närma sig mottagaren, genom att skapa en samhörighetskänsla. Därför är det viktigt att anpassa sig till mediet och vara medveten om sina attribut och vad de sänder ut för signaler. Det centrala är att känna sina mottagare och anpassa språket utefter dem. Företagens ethos blir oftast synonymt med ledningen. Vid analys av ethos ser vi därför till hur företagsledarna ser på sig själva, företaget, mottagarna och på ansvaret för CSR.

**Logos** är mittpartiet i texten. Det är själva meddelandet, i form av en argumentation, som innehåller resonemang och jämförelser vilka påverkar publikens uppfattning. Här undervisas, upplyses och informeras läsaren och sändaren vädjar till åhörarnas förnuft och kritiska omdöme. Argumentationsdelen i texten är saklig och intellektuell, men det är också viktigt att anpassa argumentationen efter publikens kunskapsnivå. Logos innebär också en bedömning av hur texten skall byggas upp och var argument skall placeras. Vid analys av logos ser vi därför till övergripande förändringar i dispositionen av framförallt årsredovisningarna, eftersom det visar hur CSR prioriteras i förhållande till den övriga redovisningen. Det kan ses som ett sätt att argumentera utefter det som uppfattas vara viktigast för mottagaren. Vid analys av argumentationen är det också intressant att se om företagen väljer att ta upp skandaler eller att förtiga dem. Det är ibland en svår fråga, eftersom att ta upp en skandal sätter fokus på den och skapar ett minne om den hos läsaren. Å andra sidan kan det visa på uppriktighet och på så sätt skapa förtroende.

**Pathos** är de känslor som sändaren vill väcka. De tillför den logiska texten mening och påverkar om budskapet når fram. Exempel på pathos-skapande är att måla upp ett hot, för att därefter visa på en möjlighet och inge hopp. Ett mycket effektivt sätt att spela på läsarens känslor är att använda bilder eller att måla upp sådana för läsaren med ord. Att till exempel använda bilder på barn är ofta effektivt. En text som inte inger en känsla faller lätt i glömska, vilket kan vara ett mål för företagen när det gäller skandaler. Det är viktigt att anpassa känslouttrycket till budskapet och mottagaren. Därför är ordvalet viktiga. Ord kan betyda samma sak, men väcka helt olika känslor. (Johannesson, 2003. Karlberg & Mral, 2001. Rydstedt, 1993) Vid analys av pathos läggs fokus på hur företagen försöker väcka känslor i text och bild. Det är också viktigt att klargöra att retorikens mål är att övertyga och därför leverera ett sannolikt budskap – inte att berätta sanningen. Därför analyseras vare sig kvalitet eller sanningshalt i texterna.

## 4 EMPIRI

---

*Kapitlet inleds med en presentation av övergripande skandaler och debatter. Därefter presenteras de undersökta företagen, deras CSR-redovisningar, samt den negativa massmediala uppmärksamhet som företagen fått. Kapitlet avslutas med en sammanfattning.*

---

### 4.1 Skandaler och debatter

Under de år som undersöks har det förekommit en hel del skandaler och debatter. Fakta om dessa har i samtliga fall hämtats från Affärsdata (2005) och GP (2005). De flesta artiklar förkom i flera media och därför anges inte källor i vart stycke.

Det har förekommit övergripande skandaler, som inte är särskilt kopplade till de undersökta företagen, men som ändå kan ha påverkat dessa. Några av dem har heller ingen direkt koppling till Sverige. I USA uppdagades det i slutet av år 2001, att energihandelsföretaget Enron hade bedrivit fiktiv handel för att trissa upp omsättningen och i mitten av 2002 blev det känt att teleföretaget Worldcom hade gjort sig skyldigt till bland annat redovisningsbedrägeri. Dessa två affärsskandaler var de största i USA:s historia. I Sverige förekom också skandaler kopplade till Corporate Governance. År 2002 kom skandalen kring Percy Barneviks och Göran Lindahls ersättningar från ABB, vilken ledde till en enorm debatt. Året därpå avslöjades också oegentligheterna i Skandia och ledningen beskylldes för ”roffarfasoner”. Dessa skandaler kan hänföras till bedrägeri och oetiskt handlande och har bland annat lett till lagändringar.

Det har även förekommit en hel del andra debatter i media, som kan ha påverkat företagen. En sådan handlade om stress och utbrändhet hos anställda, till följd av besparingar och effektiviseringar som medfört ökande arbetsbördor. Debatten nådde sin höjdpunkt kring år 2000. En annan debatt som har förts de senaste åren och som rör många företag, är bristen på kvinnor i företagens ledningar och styrelser. Debatten tog fart under år 2002, men kulminerade under år 2003, då det uttrycktes hot om lagstadgad kvotering om företagen inte själva löste problemet. Andra debatter som kan hänföras till en specifik bransch tas upp nedan.

### 4.2 Verkstadsindustrin

Verkstadsindustrin ses traditionellt som en ”tung”, mansdominerad bransch i vilken kvinnor ofta utgör en minoritet. En del har hävdats att detta är orsaken till att så få kvinnor återfinns i verkstadsföretagens ledningar. Branschen kännetecknas också av att kunderna ofta är andra företag.

#### 4.2.1 ABB

ABB verkar inom verkstadsbranschen och är ledande inom kraft- och automations-teknik. Företaget uppkom genom att Asea, som grundades 1883 gick samman med BBC 1988. 1999 avyttrade ABB sin kärnkrafts-, kraftgenererings- och tågverksamhet för att utveckla sin position inom alternativ energi. De rankades därefter högt inom hållbar utveckling. Idag verkar koncernens bolag i omkring 100 länder och kunderna är främst andra industriföretag. Omsättningen är omkring 137 miljarder SEK och antalet anställda är ungefär 103 000. ABB introducerades på Stockholmsbörsen år 1999 (Avanza, 2005) och är noterat på A-listan. Företaget är även noterat på SWX Swiss Exchange och börserna i London, Frankfurt och New York (år 2001). Den ekonomiska utvecklingen under de undersökta åren har varit svag. Bland annat drog asbestskadestånden i USA ned resultaten från år 2001. Oron var mycket stor för dessa skadestånd och ett tag talades det om konkurs, ifall inte en uppgörelse träffades. Men uppgörelsen blev av och hotet avväjdes. År 2004 vände trenden och förlusten minskade. (ABB, 2005)

<b>ABB</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>
Omsättning (MUSD)	22 967	23 726	18 295	18 795	20 721
Vinst före fin. poster	1 385	279	394	656	1 084
Vinst efter skatt	1 443	- 691	- 783	- 767	- 35

#### **4.2.1.1 ABB:s hållbarhetsredovisning**

ABB ligger relativt långt framme när det gäller hållbarhetsredovisning. Enligt Deloitte (2005) är ABB ett av de främsta företagen i landet på detta. År 2003 kom företaget på en andraplats på deras lista, medan det bara kom på plats 39 året därpå enligt Anna Jürgensen.<sup>14</sup> Sedan år 1989 har ABB gjort interna miljörevisioner och i februari 2001 antogs en social policy. ABB:s CSR-redovisning har under de undersökta åren genomgått en rad förändringar. Från att ha varit en ”miljöredovisningsrapport”, skriven på engelska åren 1998 och 1999, bytte rapporten namn till Group Sustainability Report året därpå. År 2001 utkom den på fyra språk, men dessutom publicerades en broschyr på 19 språk, som summerade CSR-rapporten. Även år 2002 fanns både en CSR-redovisning och en sammanfattande broschyr publicerade, men antalet språk minskade till fem. Från år 2003 publicerades enbart en CSR-rapport som året därpå hade reducerats till två språk. (ABB, 2005)

#### **4.2.1.2 ABB i media**

ABB förekommer ofta i media. Totalt var antalet träffar i Affärsdata 32 788 för de undersökta åren. År 2000 var antalet 2 863, år 2001 4 445, men under de resterande åren hade antalet artiklar fördubblats. Mest negativ publicitet har företaget fått när det gäller asbestkraven i USA, samt Percy Barnevik och Göran Lindahls höga pensioner.

**År 2000:** Anställda på ABB åtalades för mutbrott i Tyskland. Pengar hade förts över till nummerkonton i Schweiz. Det var endast ett fåtal artiklar om detta i svensk press. ABB blev också indirekt indraget i en skandal, som egentligen inte gällde dem, utan ett företag som de sålt av sin kärntekniksverksamhet till. Anställda hade fuskat vid tillverkning av kärnbränsle, genom att förfalska dokumentation. Det förekom också några artiklar under året som handlade om en undersökning, som visade att ABB lönediskriminerade kvinnliga civilingenjörer.

**År 2001:** Sydafrikas regering ingick en uppgörelse som innebar att landet köpte vapen av bland annat Sverige och i gengäld satsade västerländska bolag, däribland ABB, i Sydafrika. Denna form av motköp var förbjudna i civila affärsuppgörelser inom bland annat EU och Nafta. Det som ytterligare upprörde var att Sydafrikas regeringen köpte vapen istället för satsade på att motverka AIDS. Händelsen fick viss uppmärksamhet under en kortare tid. Samma år misstänktes också ett av ABB:s dotterbolag för olaglig anbudssamverkan och marknadsdelning. Uppgifterna fanns med i flera media, under en kortare tid. Under hösten engagerade sig ABB i företaget Westwind som ville bygga vindkraftverk längs bland annat Bohuskusten. Detta stötte på motstånd hos både kommuner och kustbor. Om detta skrevs det spridda artiklar, även under året därpå. Den skandal som fick mest efterverkningar under året var dock asbestskandalen i USA. ABB fick omfattande skadeståndsanspråk på sig och detta fick stora följder på ABB:s ekonomiska ställning. Företagets kreditvärdighet sänktes och aktien sjönk. Denna nyhet berörde framförallt aktieägare och ämnet diskuterades vitt och brett, de nästföljande åren.

**År 2002:** Även detta år skrevs det en hel del om asbestskandalen och företaget var tvunget att vinstvarna. Flera stoppade vindkraftverksprojekt fick också uppmärksamhet.

<sup>14</sup> Anna Jürgensen, Deloitte. Kontakt via mail 10 januari 2006

Samtidigt slog en utredning fast att vindkraftverken hade svårt att klara konkurrensen, på grund av de relativt låga elpriserna.

År 2002 var det dock en annan skandal som kom alla andra att blekna i jämförelser: Pensionsskandalen exploderade, då det blev känt att de tidigare ABB-cheferna Percy Barnevik och Göran Lindahl tillsammans fått 1,4 miljarder kronor i pension. Pensionsskandalen var årets kioskvältare i näringslivet, en skandal som skakade om både familjen Wallenberg och folket på gatan. Aktiespararna, stora pensionsfonder och andra maktsfärer krävde tuffare regler, bättre insyn och en moralisk uppräckning. Skandalen diskuterades och debatterades livligt i media, inte bara under året, utan har också fått tjäna som exempel på företagsledares girighet, så snart detta diskuterats. En annan skandal som gav ABB negativ publicitet var att Irak i sin vapenrapport till FN påtalat att ABB hade varit ett av de företag som bidragit till Iraks vapenprogram. ABB hade ingått i FN-programmet ”olja för mat” och levererade under FN:s kontroll infrastruktur till Iraks oljeindustri. Uppgifterna sågs inte som så sensationella då de publicerades, men gav dock ABB negativ publicitet internationellt.

**År 2003:** Även detta år fortsatte debatten om vindkraftverk, men den var förhållandevis liten. Under våren fick istället styrelseordförande Michael Treschows styrelseärvode mycket kritik. Det hade ökat med 5,5 miljoner samtidigt som ABB:s ekonomi var pressad. Michael Treschows styrelseärvode diskuterades flitigt i media och det sågs som ytterligare ett bevis på chefernas oetiska hållning och på ”roffarmentalitet”. Att sedan ABB skar ned veteranbelöningarna för de anställda fick facket att ”rasa”. Att Jörgen Centerman fick 45 miljoner kronor i avgångsvederlag efter knappt två år som koncernchef ökade fackens ilska. Övriga skandaler som ABB var inblandat i år 2003 var en misstänkt kartell i ventilationsbranschen och en misstanke om mutbrott där Luftfartsverket var inblandat. Mot bakgrund av pensionsskandalen och den nyss offentliggjorda rapporten som Förtroendekommissionen hade kommit med, förekom ett antal artiklar kring detta. Bland annat skrevs det om ”måttlöshetens många ansikten” angående dessa skandaler.

**År 2004:** ABB-chefen Jürgen Dormann flaggade för att flytta tillverkning till låglöneländer. Facket ansåg att han uppmanade chefer att föreslå produktion som kan flyttas. Frågan förekom i flera media, men bara under ett par dagar. Någon större debatt förekom inte. Senare gick dock ABB-chefen Sten Jakobssons ut med åsikten att det var nödvändigt att öka arbetstiden utan höjd lön. Han menade att det annars inte gick att behålla verksamheter i Sverige vid lågkonjunktur. Uttalandet sågs som ett ”hot” och en ”utpressning” och debatterades flitigt i media, bland annat av arbetslivsministern. Under året förekom också att fackförbundet Pappers stämde företaget för förhandlingsbrott. Detta uppmärksammades i större dagstidningar, men fick inte någon omfattande uppmärksamhet.

#### **4.2.2 Cardo**

Cardo AB är en verkstadskoncern som tillverkar portar, pumpar och mätinstrument. Verksamhet startade 1960 och är indelad i affärsområdena Cardo Door och Cardo Pump. Cardo har cirka 110 operativa bolag, i ett trettiotal länder och företagets kunder är främst andra företag. Omsättningen är drygt 7 miljarder SEK och koncernen har knappt 6 000 anställda. Aktien är noterad på Stockholmsbörsens A-lista och störst ägare är Fredrik Lundberg, som äger 36 procent av aktierna. Cardos ekonomiska utveckling har varit avtagande. År 2003 minskade både omsättning och resultat kraftigt till följd av en vikande marknad. (Cardo, 2005)

<b>Cardo</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>
Omsättning (MSEK)	9 786	10 777	10 376	7 687	7 686
Vinst före fin. poster	899	758	930	448	358
Vinst efter skatt	517	444	675	308	250

#### **4.2.2.1 Cardos hållbarhetsredovisning**

Cardo har en uttalad miljöpolicy sedan 1997, men inte någon hållbarhetsredovisning. Ingen separat redovisning finns, utan miljöfrågorna tas endast upp i årsredovisningen. (Cardo, 2005)

#### **4.2.2.2 Cardo i media**

Cardo förekommer inte särskilt ofta i media. Antalet artiklar har varierat mellan 266 stycken år 2000 och 1 081 år 2003.

**År 2000 – 2001:** Ingen relevant negativ publicitet förekom.

**År 2002:** Fredrik Lundberg, kallades för en av ”näringslivets talibaner” eftersom kvinnor helt saknades på ledande befattningar i hans företag. Det påpekades att hans företag låg på ”börsens svarta lista” ur jämställdhetssynpunkt.

**År 2003:** Cardo Door Production ställde 28 personer utanför turordningslistan när 45 personer sades upp. Kvinnor och de som hade arbetsskador ansågs inte ha fysisk kompetens. Personal som arbetat på företaget i 20 – 30 år avtackades inte. Händelsen fick störst uppmärksamhet lokalt, under ett par veckor. Strax därefter fick företaget negativ publicitet kring att inga kvinnor fanns i vare sig styrelse eller operativ ledning. Artiklar om detta fanns i flera tidningar.

**År 2004:** Cardo förekom i början av året åter i debatten om jämställdhet. Huvudägaren Fredrik Lundberg påpekade att detta hade påverkat honom och han tillsatte en kvinna i Cardos styrelse. I och med detta lämnade företaget ”svarta listan” för bolag utan kvinnor i toppen, men räknades ändå som ett av de sämsta företagen i landet på jämställdhet. Företaget kom på 229:e plats av 248 företag enligt Folksamns index, vilket förklarades med att inga kvinnor återfanns i den operativa ledningen. Företagets svar var att det anställer efter kompetens och inte efter kön. I början av året ifrågasattes en företagsflytt till Vadstena och facket på Cardo Pump kritiserade bristen på information kring ett chefsbyte. Koncernchefen Kjell Svensson ansåg att företaget fått oförtjänt negativ publicitet med anledningen av flytten. Denna debatt var dock relativt lokal.

### **4.3 Läkemedel/medicinsk utrustning**

Denna bransch kännetecknas av kunskapsintensiva företag där forskning och utveckling ofta utgör den största utgiftsposten. Det är också en känslig bransch eftersom företagen är beroende av att forskningssatsningarna lyckas och att produkterna godkänns. Problem med patent och tillstånd att sälja sina produkter är vanligt förekommande. Det har också förekommit debatt i media om att tillgången till läkemedel har begränsats i utvecklingsländerna, på grund av läkemedelsbolagens patentskydd och höga priser. Främst har detta gällt mediciner mot AIDS/HIV. Under år 2001 förekom en debatt kring detta, men den var som störst år 2003. En annan debatt som har berört branschen är hur försöksdjur har behandlats. Bland annat har Veganrörelsen väckt uppmärksamhet och även om deras aktioner främst inriktat sig mot minkar och höns, har det skapat ett ökat medvetande kring djurhållning överhuvudtaget. Debatten var dock som störst på 1990-talet. Ett annat område som varit utsatt för kritik är branschens sätt att marknadsföra sig gentemot bland annat läkare och olika vårdinrättningar.



### 4.3.1 AstraZeneca

AstraZeneca är ett av världens ledande läkemedelsföretag. Astra grundades 1913 och Zeneca 1923 och företagen gick samman år 1999. Aktien är noterad på börserna i London, New York och Stockholm. År 2004 uppgick försäljningen till 21,4 miljarder USD och företaget har omkring 64 200 anställda. Huvudkontoret är placerat i London, men en stor del av produktionen, forskning och utveckling sker i Sverige. Den ekonomiska utvecklingen har varit god. (AstraZeneca, 2005)

AstraZeneca	2000	2001	2002	2003	2004
Omsättning (MUSD)	18 298	16 663	18 032	18 849	21 426
Vinst före fin. poster	3 712	3 972	4 007	4 113	4 995
Vinst efter skatt	2 538	2 967	2 836	3 036	3 813

#### 4.3.1.1 AstraZenecas hållbarhetsredovisning

AstraZeneca har en förhållandevis god kvalitet på sin hållbarhetsredovisning. Företaget har bedömts vara ett av de bästa i Sverige på CSR-rapportering och åren 2002 och 2004 har företaget funnits med på Deloitte's lista enligt Anna Jürgensen<sup>15</sup>. 1999 började AstraZeneca att redovisa säkerhet, hälsa och miljö i ett separat dokument. Året därpå bytte denna redovisning namn till "Socialt ansvar, säkerhet, hälsa och miljö" och under år 2001 kom företaget med på Dow Jones index för hållbarhetsredovisning. Från år 2002 hade CSR-rapporten namnet "Vårt ansvar – ett sammandrag", och den har reviderats från år 2004. (AstraZeneca, 2005)

#### 4.3.1.2 AstraZeneca i media

AstraZeneca förekommer mycket i media. Vid en sökning i Affärsdata på företagens namn ledde det till 29 360 träffar. År 2000 – 2001 var antalet drygt 4 000, men ökade därefter. Under åren 2003 och 2004 fanns över 7 000 artiklar.

**2000:** I maj publicerades ett flertal artiklar om att AstraZeneca anklagades för att systematisk ha använt felaktiga dokument för att förlänga patenten på deras oerhört viktiga magsårsmedicin Losec. EU-kommissionen genomförde en husrannsakan och företaget riskerade böter på flera miljoner kronor. AstraZeneca dömdes också till böter för att ha försökt att stoppa en konkurrents reklamkampanj. Senare fick företaget kritik av Läkemiddelsverket för en annons som ansågs "vilsedande och osaklig". Under sommaren uppmärksammades också företagens djurförsök när fyra försökshundar stals. I samband med sammanslagningen mellan Astra och Zeneca kritiserade Svenska naturskyddsverket företaget hårt för den alltför stora produktionen av jordbrukskemi, vilket ansågs bli ett stort hot mot världens bönder. Sammanslagningen fick också fortsatt kritik och flera fonder såg över sina aktieinnehav i företaget. Året avslutades med att AstraZeneca drev en rättsprocess mot bolagets förre USA-chef, Lars Bildman, som stämdes på motsvarande 150 miljoner kronor för ha tillskansat sig en rad fördelar från sin förre arbetsgivare.

**2001:** Under detta år förekom inga negativa artiklar att räkna med i nyhetsarkiven.

**2002:** Percy Barnevik satt kvar i AstraZenecas styrelse som representant för Investor, trots skandalen kring hans höga avgångsvederlag från ABB och trots att han hade avgått från Investors styrelse. Detta ledde till mycket stor uppmärksamhet. AstraZeneca uppgavs kunna bli nästa "pensionsbomb" eftersom företaget kunde komma att behöva betala en halv miljard till sina fyra toppchefer. Detta följdes av artiklar om att vice

---

<sup>15</sup> Anna Jürgensen, Deloitte. Kontakt via mail 10 januari 2006

ordförande Håkan Mogren hade tjänat cirka 17 miljoner detta år. Från brittiskt håll gjordes gällande att Wallenbergs och Investors inflytande i bolaget var alltför stort. I Holland anklagades företaget för att ha brutit mot konkurrenslagarna genom att ha givit rabatter på vissa mediciner till sjukhus, med villkoret att de inte fick sälja billigare medicinerna vidare till enskilda personer eller apotek. På miljöområdet fick företaget också kritik. Denna gång handlade det om ett ogräsmedel som tillverkades av ett bolag som en gång varit en del av AstraZeneca. Det uppgavs att tusentals människor hade dött eller skadats allvarligt på grund av medlet. Senare under året uppgavs också lungcancermedicinen Iressa ha lett till att 39 människor hade mist livet i Japan. Senare kom uppgifter om ytterligare dödsfall kopplade till Iressa.

**2003:** AstraZeneca ingick en förlikning med myndigheterna i USA, som innebar att bolaget fick böta 3 miljarder kronor för att ha utfärdat falska fakturor i samband med subventionerade mediciner. AstraZeneca anklagades också av EU för att ha vilselett de nationella patentmyndigheterna i fallet med medicinen Losec. I slutet av året dömdes företaget för detta, men uppgav att det inte skulle medföra några allvarligare följder.

**2004:** I början av år 2004 ansågs AstraZeneca vara ett av de företag som dolde direktörers miljardersättningar. Det skrevs också en längre negativ artikel om toppchefernas optionsprogram och AstraZeneca var ett av de företag som nämdes. Detta fick dock inte någon större uppmärksamhet. Håkan Mogren, före detta chef på AstraZeneca uppgavs kunna komma att få 100 miljoner kronor från AstraZeneca i pension, men det fanns endast ett par artiklar om detta. Övrig negativ uppmärksamhet under året handlade mest om brister i läkemedel, patentproblem, felaktig marknadsföring, samt att läkemedel inte hade godkänts. Exempelvis förekom en stor mängd artiklar kring det blodproppsförebyggande läkemedlet Exanta och det ineffektiva lungcancerpreparatet Iressa. Företaget fick negativ uppmärksamhet i USA för försök att hålla uppe läkemedelspriserna. EU kritiserade också företaget för brott mot konkurrensreglerna. Det skrevs även en del om företagets marknadsföring av Nexium och Crestor. Företaget stämde för marknadsföringen av Nexium och beträffande Crestor hölls ett senatsförhör, vilket ledde till ras på börsen. Läkemedelsverket i USA ville granska AstraZeneca efter detta. Riskerna i läkemedelsbranschen fick en viss uppmärksamhet i media, liksom företagets dåligt redovisade jämställdhet. I september varnade företaget också sina anställda för att tala med Michael Moore, en känd opinionsbildare och journalist i USA, som i slutet av året meddelade att han skulle granska läkemedelsindustrin.

### 4.3.2 Gambro

Gambro är ett företag inom medicinsk teknik. Verksamheten bedrivs inom de tre affärsområdena Gambro Healthcare (dialysvård), Gambro Renal Products (njurvårdsprodukter) och Gambro BCT (blodbanksteknologi). Företaget omsätter omkring 27 miljarder och försäljningen sker främst i Nord- och Sydamerika samt i Europa, till olika vårdinrättningar. Gambro startades 1964 i Lund och har cirka 11 000 anställda i ett 40-tal länder. Aktien är noterad på Stockholmsbörsens A-lista. Gambros ekonomi har varit volatil. Under åren 2001 och 2004, redovisades negativt resultat, på grund av turerna kring Gambros fakturering i USA. En reservering på 927 miljoner kronor gjordes år 2001. År 2004 stod det klart att verksamheten i USA medförde mer kostnader och 2 672 miljoner kronor belastade resultatet som därför blev negativt. (Gambro, 2005)

<b>Gambro</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>
Omsättning (MSEK)	22 245	26 720	27 574	26 133	26 617
Vinst före fin. poster	204	281	1 594	1 581	- 427
Vinst efter skatt	982	- 422	612	1 422	- 1 196

#### 4.3.2.1 Gambros hållbarhetsredovisning

Gambro har inte någon separat CSR-rapport utan har under alla de undersökta åren redogjort för bolagets miljöpåverkan och sociala aspekter i årsredovisningen. Sedan våren 2004 har företaget en Code of Conduct. (Gambro, 2005)

#### 4.3.2.2 Gambro i media

Gambro förekommer en del i media, men omfattningen kan inte mäta sig med exempelvis AstraZeneca. År 2000 förekom 876 artiklar i affärsdatas arkiv, men sedan dess har det ökat. År 2004 förekom 3 491 artiklar.

**2000:** I maj månad publicerades en artikel där Gambros VD, Mikael Lilius, erkände att det funnits konflikter i företaget, men att dessa nu var över. I juni månad lämnade han dock själv företaget.

**2001:** En del artiklar förekom beträffande företagets verksamhet i USA. Bland annat utsattes företaget för en granskning av myndigheterna.

**2002:** Under året fick de amerikanska myndigheternas granskning av Gambros verksamhet viss uppmärksamhet. Företaget fick kritik på grund av dålig dokumentation av utförda laborietjänster. Problemet hänförde sig till ett förvärv av ett företag, fem år tidigare och någon större publicitet fick det inte i Sverige. Det skrevs dock en del om verksamheten i USA detta år.

**2003:** I oktober rapporterades att en patient hade dött efter en behandling i en Gambro-ägd klinik i Italien. Förutom detta fanns även några artiklar om problemen i USA.

**2004:** Under året blev uppgörelsen med de amerikanska myndigheterna klar och företaget bötfälldes, men Gambro uppgav sig vara nöjd med summan.

### 4.4 Transportföretag

I transportbranschen har miljön varit ett problemområde som ofta tagits upp i media. Orsaken är de ökade utsläppen av växthusgaser, främst från koldioxid. Det finns också en stark koppling mellan ekonomi och miljö, bland annat genom beroendet av oljepriset samt utsläppsrätter. Säkerheten hos transportföretagen är också ett område som ofta har diskuteras i media. Andra problemområden är oljeutsläpp från fartyg.

#### 4.4.1 SAS

SAS är sedan 1946 en sammanslagning av tre nationella flygbolag i Danmark, Norge och Sverige. Numera bedrivs flygverksamheten i egna affärsenheter. Förutom flygtransportverksamheten bedriver SAS även hotellverksamhet. Omsättning ligger på omkring 58 miljarder kronor och antalet anställda är drygt 32 000. Företaget är noterat på börserna i Stockholm, Köpenhamn och Oslo. Företagets ekonomiska resultat har varit negativt sedan katastrofåret 2001 (terrorrådet i New York samt Linatekraschen i Italien). En minskad efterfrågan samtidigt som konkurrensen från lågprisflyg ökat är de största orsakerna.

SAS	2000	2001	2002	2003	2004
Omsättning (MSEK)	47 540	51 433	64 944	57 754	58 073
Vinst före fin. poster	3 053	- 1 121	682	- 881	- 904
Vinst efter skatt	2 773	- 1 064	- 132	- 1 415	- 1 872

#### 4.4.1.1 SAS hållbarhetsredovisning

Under åren 2000 och 2001 hade SAS en separat miljöredovisning. År 2002 integrerades den i årsredovisningen och den kompletterades med information om SAS medarbetare, hållbar utveckling och Corporate Governance. De kommande åren byttes miljöredovisningen ut mot hållbarhetsredovisning, vilken också var integrerad i årsredovisningen. SAS årsredovisning och hållbarhetsredovisning avseende år 2003 utsågs av FAR till årets bästa hållbarhetsredovisning. Enligt Anna Jürgensen<sup>16</sup> har SAS på Deloitte's lista innehaft förstaplatsen sedan år 2002, på grund av sin miljöredovisning. Företaget har låtit oberoende revisorer granska hållbarhetsredovisningen. (SAS, 2005)

#### 4.4.1.2 SAS i media

SAS förekom en del i media. Antalet artiklar var år 2000 2 012 stycken, men år 2001 hade antalet mer än fördubblats. År 2004 hade det stigit till 7 627.

**2000:** Under våren återkom intresset i media för EU:s granskning av SAS/Maersk-affären och detta fick mycket publicitet. En del dokument beslagtogs vid en razzia på SAS kontor i Stockholm och Köpenhamn. I augusti gjorde också konkurrensverket ett besök på SAS och Skyways kontor i Stockholm, då misstankar fanns om konkurrensbegränsning. Både SAS och Skyways bedyrade att något olagligt samarbete inte hade förekommit.

**2001:** De anställda hotade under våren med strejk och i juni strejkade kabinanställda i Danmark. Detta fick en del uppmärksamhet på grund av att SAS redan var utsatt i media till följd av Maersk-skandalen, som fick stora konsekvenser. Det började med att EU inledde en juridisk process mot SAS och Maersk Air för kartellbildning. EU-kommissionen ansåg sig ha starka bevis för att en form av kartell hade funnits. SAS var tvunget att bryta avtalet med Maersk Air och dessutom väntade höga böter. Upplösningen av SAS/Maersk-affären kom under sommaren och företaget fick böta 360 miljoner kronor. Strax därefter lämnade den vice koncernchefen ledningen. Kartellen diskuterades flitigt i media och skandalen ledde till att styrelsen avgick på en extra bolagsstämma. Samtidigt hävdades att SAS styrelse inte hade känt till något om den olagliga överenskommelsen med Maersk. Följden blev bland annat att LO såg över sitt ägande i SAS, eftersom företaget förfarande stred mot LO:s etiska placeringsregler. Även Sjunde AP-fonden övervägde att sälja sina aktier. Strax innan hade dessutom historiens värsta terrorattack inträffat i New York, den 11 september. Det skrevs mycket om detta och säkerhetsproblemen i branschen. Samtidigt publicerades en hel del artiklar om SAS kartellsamarbetet med Maersk. Efter attacken i New York befann sig hela flygbranschen i en djup kris och 100 000 flygbolagsanställda miste sina arbeten. Ytterligare en katastrof drabbade SAS. Denna gång var det kraschen på Linateflygplatsen i Italien, då 118 människor miste livet. Den minskade efterfrågan till följd av katastroferna gjorde att SAS tvingades säga upp 2 500 personer

**2002:** I januari skrevs att lägre eller frysta löner skulle rädda jobben inom SAS. Månaden därpå framgick det att SAS-chefer hade delat på 20 miljoner kronor, trots att år 2001 var det värsta året i SAS historia. Facket var upprört och menade att SAS personal hade gjort stora uppoffringar för att rädda företaget och det ansågs omoraliskt av ledningen att ta ut så höga ersättningar. Detta fick en hel del uppmärksamhet. Under våren framkom dessutom att högre chefer fick resa gratis med SAS livet ut. Detta ledde dock inte till någon större debatt. SAS vice koncernchef och chef för SAS Airline, Marie Ehrling lämnade bolaget på egen begäran. Det gjorde även senior vice president Karin Strömberg, som hade arbetat under Marie Ehrling. Detta diskuterades flitigt i

---

<sup>16</sup> Anna Jürgensen, Deloitte. Kontakt via mail 10 januari 2006

media. Under våren fick SAS böta till Stockholmsbörsen för att företaget inte hade informerat marknaden om inblandningen i kartellen med Maersk Air, men det skrevs inte särskilt mycket om detta. Liksom hela branschen upplevde SAS stora motgångar och koncernchefen Jörgen Lindegaard meddelade att bolaget måste spara ytterligare 2 miljarder kronor. I oktober varslades 300 piloter om uppsägning. I månaden därpå drabbades företaget av strejk på Kastrups flygplats. I slutet av året meddelades att 900 tjänster skulle bort under år 2003 och att ytterligare nedskärningar med 2 700 tjänster var nödvändiga fram till år 2004. SAS besparingar medförde också att företaget beslutade att inte betala ut någon provision till resebyråerna efter nyår. Då hotade dessa med att anmäla SAS till Konkurrensverket. Sjunde AP-fonden lyfte ut SAS ur sin aktieportfölj, som en följd av kartellsamarbetet med Maersk Air. Besparingarna och konsekvenserna av dem uppmärksammades mycket i media under året.

**2003:** I början av året meddelades de cirka 24 000 anställda om ett lönestopp, som innebar att företaget skulle spara en halv miljard kronor. Facket protesterade, men i april godtog piloterna att arbeta mer för mindre lön. Samtidigt varslades 4 000 anställda. Det förekom en hel del uppmärksamhet kring detta. I början av året avslöjades att den före detta vice koncernchefen Marie Ehrlings avgång föregående år hade föregåtts av interna motsättningar och maktkamp på högsta nivå. Senare lämnade Gry Melleskog, chef för cirka 5 000 kabinanställda, sin post efter meningsskiljaktigheter med SAS nye chef Sören Belin. Även om detta skrevs det en hel del. I maj stod åter chefernas bonus i centrum för debatten, då de hade delat på 36 miljoner kronor i bonus, trots att företagets förlust var 700 miljoner. VD:n Jörgen Lindegaard fick över en miljon i bonus, baserat på föregående år, vars förlust var ännu större. Ersättningarna hade varit kopplade till kostnads- och effektivitetsmål. Ett flertal politiker uttryckte att det var en skandal och det befarades att företaget skulle "förblöda". Det blev dock ingen större debatt kring detta. Under sommaren meddelades att ytterligare neddragningar var nödvändiga. Denna gång var det 500 administrativa tjänster som skulle bort från huvudkontoret i Frösundavik. Enligt personalen var det ett väntat besked.

**2004:** I januari varslade fackförbundet Transport om strejk eftersom medlemmarna inte ville gå med på att frysa sina löner. Förhandlingarna mellan SAS och facket strandade och strejk bröt ut vilket drabbade SAS flygningar. Strejken varade i cirka en vecka efter det att Transport gått med på frysta löner. Det skrevs flera artiklar om detta. I slutet av februari fick alla SAS-anställda ett brev från VD:n, som skrev: "Gå med på SAS krav, annars blir ni av med jobbet". Detta upprörde många anställda och konflikterna fortsatte. I juni utbröt en vild strejk i Danmark, som påverkade SAS flygningar. I september "rasade" SAS kabinpersonal mot de numera dåliga arbetsvillkoren. Personalen kunde tvingas jobba 60-timmarsveckor utan övertidsersättning. I slutet av månaden varslade Transport åter om strejk eftersom de vägrade frysa lönerna. I november utbröt också en vild strejk bland transportarbetare på Kastrups flygplats. Generellt diskuterades SAS hårda kamp mot facken i löneförhandlingarna i ett flertal artiklar under året.

#### **4.4.2 Broström**

Broström är ett av de ledande transportföretagen inom olja och kemi och bedriver den mesta transporten med båt. Företaget är sedan 1998 noterat på Stockholmsbörsen. Nettoomsättningen uppgick år 2004 till 3,2 miljarder kronor och antalet anställda är omkring 1 000. Broströms ekonomiska utveckling under de undersökta åren visade en ökad omsättning, men resultatmässigt var det sämre under åren 2002 till 2003. Broström förklarade detta med en svag marknad, även för oljeindustrin, som är företagets kunder. (Broström, 2005)

<b>Broström</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>
Omsättning (MUSD)	2 500	2 650	2 569	3 267	3 207
Vinst före fin. poster	499	580	325	355	377
Vinst efter skatt	214	308	95	179	452

#### **4.4.2.1 Broströms hållbarhetsredovisning**

Broström hade ingen separat CSR- eller miljöredovisning under de undersökta åren. I årsredovisningen fanns dock ett CSR-relaterat område som presenterades under rubrikerna "Kvalitet, miljö och säkerhet", "Medarbetare" och "Corporate Governance". Från år 2003 var företaget certifierat enligt ISO 9000 (kvalitet). (Broström, 2005)

#### **4.4.2.2 Broström i media**

Broström förekommer inte särskilt mycket i media. Under åren 2000 till 2004 fanns ingen negativ publicitet, som hade kunnat vara relevant att ta upp. Den massmediala uppmärksamheten har dock ökat, precis som för de andra företagen i undersökningen. År 2000 var antalet artiklar 220 och år 2004 hade de ökat till 837 stycken.

**2000-2004:** Ingen negativ publicitet återfanns i media.

### **4.5 Detaljhandeln**

Inom detaljhandeln förekom ofta debatter om vilket ansvar de stora detaljhandelskedjorna tar för brister i arbetsmiljö och barnarbete hos sina leverantörer. Företag med tillverkning i utvecklingsländer har särskilt kritiserats. Detaljhandelsföretagen vänder sig oftast till slutkonsumenter, som har ställt allt högre krav på etik i tidigare leverantörsled.

#### **4.5.1 H&M**

H&M startades i Västerås 1947 av Erling Persson. I dag omsätter företaget 56 miljarder kronor och finns i ett tjugotal länder. Antalet butiker är omkring 1 000 och antalet anställda drygt 45 000. Tillverkningen sker i Asien och Rumänien. Affärsidén är att "erbjuda mode och kvalitet till bästa pris". H&M är noterat på Stockholmsbörsens O-lista. Störst ägare och styrelseordförande är grundarens son, Stefan Persson. Företaget har de senaste åren expanderat i snabb takt utomlands och den ekonomiska utvecklingen har varit mycket god. (H&M, 2005)

<b>H&amp;M</b>	<b>1999/2000</b>	<b>2000/2001</b>	<b>2001/2002</b>	<b>2002/2003</b>	<b>2003/2004</b>
Omsättning (MSEK)	30 454	39 699	45 522	48 237	53 695
Vinst före fin. poster	3 767	5 478	8 259	9 223	10 667
Vinst efter skatt	2 553	3 816	5 687	6 386	7 275

#### **4.5.1.1 H&M:s hållbarhetsredovisning**

H&M hade ingen separat hållbarhetsredovisning under åren 2000 och 2001. CSR-relaterad information presenterades istället under rubrikerna "Vårt ansvar" och "Medarbetare" i årsredovisningen. Från år 2002 börjar företaget dock redovisa CSR separat. H&M kom då också med på Deloitte's lista. (H&M, 2005) I början av år 2004 fick också CSR-redovisningen ett hedersnämmande av FAR, Svenskt näringsliv och ICC (JKL Blog, 2005).

#### 4.5.1.2 H&M i media

H&M har förekommit en del i media, men inte alls i den utsträckning som exempelvis ABB och AstraZeneca. År 2000 förekom 1 293 artiklar i Affärsdatas arkiv. Åren därpå var antalet cirka 2 000.

**2000:** Det påstods att arbetare i Rumänien tvingades arbeta över i stort sett varje dag och det rörde sig om upp till 72 timmar per vecka. Om de vägrade, riskerade de att bli uppsagda. Enligt H&M:s interna riktlinje tilläts övertid upp till 20 timmar per vecka under högsäsong, vilket ansågs vara tvingande. H&M:s kommentar var att de strävade efter att lösa problemen med sina leverantörer istället för att avsluta samarbetet med dem. Det förekom ingen större mängd artiklar om detta, men i slutet av sommaren publicerades ytterligare artiklar om tveksamma arbetsförhållanden. Den här gången handlade det om dem som tillverkade H&M:s kläder i bland annat det krigshärjade Kambodja. Sömmerskorna i Kambodja tjänade motsvarande 370 svenska kronor i månaden, och det förekom tvång när det gällde övertid. Samtidigt var alternativet för dem prostitution. Kritiken mot H&M gällde att företaget alltid letade efter den billigaste arbetskraften, och därmed utnyttjade människors svaga ställning. Uppgifterna diskuterades i ett mindre antal artiklar.

**2001:** I januari bröt en strejk ut i Frankrike där de anställda krävde att företaget skulle betala den trettonde månadslönen. H&M fick också kritik i fransk media för sitt sätt att anställa personal. Detta blev kännbart för H&M eftersom strejken genomfördes mitt i vinterrean och det slutade med att företaget betalade det de anställda krävde. Detta uppmärksammades i ett antal artiklar i Sverige. Även i Sverige hotades det senare med strejk. Fackförbundet Handels lade ett strejkvarsel, som även berörde H&M-anställda, och de uttryckte att de ville förändra lågavlönade kvinnors situation i Sverige. I Finland betraktades H&M som oetisk. Kritiken omfattade barnarbete, brott mot mänskliga rättigheter och miljöförstöring. Det publicerades också flera artiklar, där H&M:s leverantörer beskyldes för slavliknande förhållanden, främst i Kambodja. Detta förekom i en artikelserie, men debatterades också i övrig media och flera fonder, däribland Banco Fonder, såg över sina aktieinnehav i H&M. Företaget tillbakavisade kritiken och hävdade att deras produkter tillverkades under goda arbetsförhållanden och att påståendena inte var verifierade. Debatten om arbetsförhållandena var, till skillnad från föregående år, stark. Senare under året fick H&M kritik för att företaget hade mutat 600 journalister och modfolk med en gratisresa till Klakbrottet i Dalarna. Denna bjudning kostade H&M mellan 30 och 50 miljoner, men H&M såg det som en god investering. Detta förorsakade ingen större debatt.

**2002:** Under detta år förekom ingen negativ publicitet som var relevant.

**2003:** I september visade en undersökning att nästan ingen av H&M, Lindex eller KappAhls leverantörer i utvecklingsländerna levde upp till kraven om de mänskliga rättigheterna i arbetslivet. Det gällde arbetstider, betald övertid och fackliga rättigheter. Det förekom dock ingen omfattande debatt till följd av artiklarna. I december påbörjades en diskussion i USA mellan fackförbundet Unite och H&M, då lagerarbetare krävde kollektivavtal. H&M fick kritik för fusk med avtal och inhuman arbetsmiljö, med påtvingad övertid, stress och tunga lyft. H&M hävdade att de inte velat skriva på kollektivavtal eftersom det var något som Unite tvingade på de anställda. Denna debatt återkom i ett flertal artiklar.

**2004:** I början av året ingick H&M ett avtal med facket Unite i USA efter den långvariga tvisten. Avtalet skulle säkerställa de anställdas rättigheter på H&M:s arbetsplatser runt om i världen och genom det upphörde uppmärksamheten kring striden med Unite. Istället kom H&M:s reklam åter i fokus och företaget blev anmält till



Näringslivets etiska råd för könsdiskriminerande reklam, men friades. I början av sommaren satte dock H&M upp en 202 kvadratmeter stor bild av en lättklädd dams bakdel på Stureplan i Stockholm, vilket väckte stor uppmärksamhet. Mona Sahlin hotade med lagstiftning mot den typen av reklam. Debatten var stundtals hetsig. I december gick franska H&M:s lagerarbetare åter ut i strejk. Nu deltog dock endast 40 av cirka 300 arbetare i strejken. Den handlade om löner och bedömdes vara olaglig. Det förekom ingen större uppmärksamhet kring den.

## 4.5.2 Clas Ohlson

Clas Ohlsons affärsidé är att sälja gör-det-själv-artiklar till konkurrenskraftiga priser i butiker, samt via postorder och Internet. Bolaget startades 1918 i Dalarna och omsätter omkring 3 miljarder kronor. Antalet anställda är cirka 32 000 och företaget har omkring 50 butiker i Norden. De flesta produkterna tillverkas i Asien. Sedan 1999 är aktien noterad på Stockholmsbörsens O-lista. Den ekonomiska utvecklingen har varit god. (Clas Ohlson, 2005)

Clas Ohlson	2000/2001	2001/2002	2002/2003	2003/2004	2004/2005
Omsättning (MSEK)	1 349	1 732	2 131	2 510	2 955
Vinst före fin. poster	171	237	325	357	420
Vinst efter skatt	125	173	239	261	305

### 4.5.2.1 Clas Ohlsons hållbarhetsredovisning

Clas Ohlsson hade ingen separat, tryckt CSR-redovisning under de undersökta åren. På hemsidan fanns däremot information om deras miljöarbete och deras "Code of Conduct". Det som presenterades i Årsredovisningen återfanns under rubrikerna "Miljö" och "Medarbetare". (Clas Ohlson, 2005)

### 4.5.2.2 Clas Ohlson i media

Clas Ohlson förekom inte särskilt mycket i media under de undersökta åren. År 2000 fanns 281 artiklar i Affärsdatas arkiv och året därpå var antalet 396. För åren 2002 och 2003 var siffran uppe i omkring 860 artiklar och för år 2004 förekom 1 202 stycken.

**2000 – 2001:** Under dessa år skrevs i princip inga negativa artiklar om Clas Ohlson.

**2002:** I maj skrevs en artikel om importen från Kina. Rubriken var "Etik: Röda priser - tack vare diktaturen". I artikeln kritiserades svenska och utländska företag, däribland Clas Ohlson, för att ha tillverkningen förlagd i diktaturer som Kina. Clas Ohlson nämndes bara som ett av många företag och artikeln skapade ingen större debatt.

**2003 - 2004:** Inte heller under dessa år förekom någon negativ publicitet.

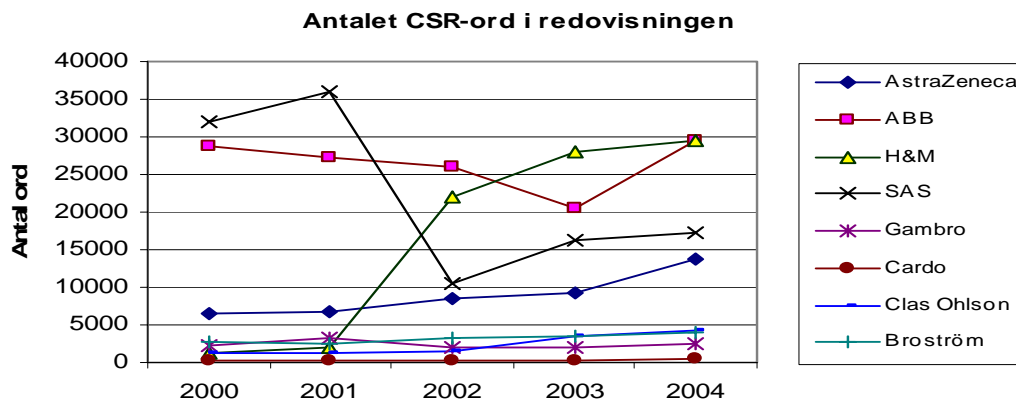


## 5 ANALYS

I detta kapitel sammankopplas empirin och den teoretiska referensramen. Kapitlet syftar till att se om det finns en koppling mellan negativ publicitet och företagens hållbarhetsredovisning, enligt den presentation som gjorts i kapitel 1. Denna analys ligger sedan till grund för rapportens slutsats.

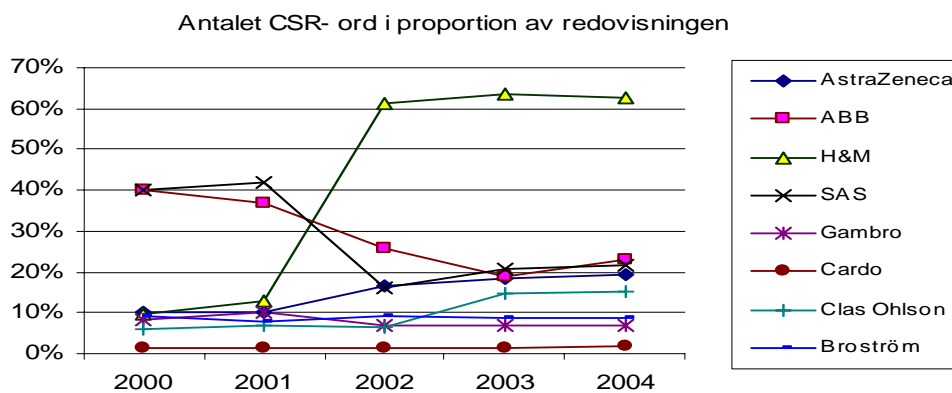
### 5.1 Inledande analys

Inledningsvis räknades antalet CSR-relaterade ord i årsredovisningarna och de separata CSR-rapporterna. Resultaten åskådliggörs i figur 5.1 nedan.



Figur 5.1: Antal redovisade CSR-ord.

Trenden visar på en generell ökning i antalet ord. SAS och ABB uppvisar dock ett annat mönster. Dessa företag hade en omfattande CSR-redovisning redan de första åren och har därefter minskat antalet ord, men det har inte försämrat kvaliteten. Minskningen sammanfaller med att företagen får ekonomiska problem. För SAS del beror minskningen på att CSR-redovisningen har integrerats med årsredovisningen. Samma mönster, fast omvänt, gäller för H&M, som från år 2002 redovisade CSR i en separat rapport. Detta år fick också H&M:s CSR-redovisning ett hedersomnämmande.



Figur 5.2: Andel CSR-ord av totalt antal redovisade ord.

Vid en analys av hur antalet CSR-ord ändras i förhållande till totalt antal redovisade ord, visar trenden ett liknande resultat. Båda diagrammen visar att de företag som varit utsatta för mest skandaler redovisar mer CSR-relaterade ord, både i volym och proportion till övrig redovisning. Empirin visar också att de mest skandalutsatta företagen hade eller hade haft en separat CSR-rapport. Utefter detta kan vi sluta oss till att:

***Företag utsatta för mycket negativ publicitet redovisar en större volym CSR än företag som inte varit särskilt utsatta för negativ uppmärksamhet.***

Diagrammen visar att ABB, SAS och H&M har en hög förändringsgrad i sin volym av CSR, vilket kan ha ett samband med negativ publicitet. Men även AstraZeneca har varit utsatt för detta och uppvisar istället en mer stabil ökning. I figur 5.2 visas också att de flesta företagens CSR volymmässigt till slut hamnar på omkring 10-20 procent av redovisningen. H&M har en mycket hög andel CSR-redovisning och med den ökningen har också kvaliteten förbättrats. Frågan är om den utveckling som ABB och SAS genomgått, att minska kvantiteten, men behålla eller förbättra kvaliteten är en utveckling som även H&M kommer att följa? Diagrammet tar inte hänsyn till kvalitativa förändringar, samtidigt som förändringarna är relevanta att undersöka. Det tar heller inte med när CSR vävs in i olika texter, så som "VD har ordet" eller i förvaltningsberättelsen. Nästa steg är därför att fördjupa analysen och se till innehållet i CSR-redovisningarna.

## **5.2 Verkstadsindustrin**

Både ABB och Cardos redovisningar är tydligt verksamhetsförankrade och vänder sig till främst till aktieägare, men även till kunder inom näringslivet. Texterna är inriktade på fakta och rationellt tänkande. Känslomässiga uttryck utgör undantag. Verkstadsindustrin är mansdominerad och det är även ABB och Cardo.

### **5.2.1 ABB**

**Ethos:** Det har skett förändringar i ABB:s sätt att framtona sig, men grunden är ändå en bild av företaget som strikt, tekniskt och maskulint. År 2000 fick ledningen stort utrymme, till följd av ändrad verksamhetsinriktning. Företaget ville visa att besluten var rationella och kompetenta och att alla stod bakom dem. Flera, strikta bilder fanns därför på ledningen. År 2001 skedde en förändring. Både asbestskandalen och skandalen kring Percy Barnevik och Göran Lindahls ersättningar hade hunnit inträffa och förändringen i sättet ledningen framställdes på var stor. Den tog detta år inte lika mycket plats, utan var mer osynlig. Fram till år 2001 riktades årsredovisningen främst till kunderna. År 2002 stod istället aktieägarna i fokus. Det är troligt att detta var en följd av skandalerna, eftersom aktieägarna hade reagerat starkt. Dock försämrades också ekonomin kraftigt till följd av asbestskandalen och aktieägarna fortsatte att vara prioriterade de kommande åren. År 2002 framställdes ledningen i skjortärmarna, redo att hugga tag i allt som krävs. Stilen var betydligt ledigare i ett försök att skapa vi-känsla. År 2003 och 2004 återkom ledningen i mörka kostymer, vilket kan tyda på att de hade kommit tillrätta med företagens problem. Medarbetarna fick ett ökat erkännande från år 2003 och det sker en förskjutning i redovisningen i en "mjukare" riktning. Företaget framställde sig som "arbetsgivare, affärspartner och god granne", i den ordningen.

**Logos:** Argumentationen under år 2000 vände sig främst till kunder och ingenstans argumenterades det ur en hållbarhetssynvinkel. Debatten kring mutbrotten i Tyskland, den indirekta skandalen om fusk vid tillverkning av kärnbränsle samt lönediskrimineringen av kvinnor kan inte utläsas i redovisningen. Miljö fick en del utrymme, bland annat vindkraft. Vindkraften försvann senare ur fokus och detta kan bero på debatten som förekom under de följande åren, men också på lönsamhetsproblem kring

vindkraft. Kopplingen mellan asbestskandalen och redovisningen är desto tydligare. År 2001 tog VD upp asbestskandalen, eftersom den hade påverkat ekonomin negativt. Även år 2002 togs den upp. Argumentationen inriktade sig främst på att förklara att det rörde sig om ett amerikanskt dotterföretags gamla problem och att problemen inte kunde kopplas till dagens ABB, på något sätt. Asbesten togs dock upp flera gånger, eftersom den så tydligt hade påverkat företagets resultat och därför måste belysas. Även följande år togs asbestproblematiken upp.

Från år 2002 skedde en större förändring i företagets sätt att redovisa. Den finansiella delen bröts ut, vilket kan bero på att den blev än mer viktig på grund av det dåliga resultatet. En förändring var att "Ordförandens brev" och "VD:s kommentar" slogs samman till ett kapitel kallat "Brev till aktieägarna". Detta skrevs under av ordförande och ekonomichef. I texten försökte de återskapa förtroenden och poängterade transparens. Skandalen kring Percy Barnevik och Göran Lindahl togs upp: "I början av 2002 var styrelsen tvungen att säkra pensionsåterbetalningar från två tidigare koncernchefer för betalningar som gjorts utöver förpliktelserna". Inga namn nämndes och det uttrycktes som att det hade varit en "smärtsam upplevelse", vilket närmast kan associeras till dödsfall och därför till något som hade passerat och aldrig skulle kunna förekomma igen. Ägarstyrning tillkom också i redovisningen detta år och upptog nu åtta sidor (istället för fyra sidor i not till den ekonomiska redovisningen under föregående år). Detta kapitel ökade också de kommande åren och år 2004 var det uppe i 14 sidor. Corporate Governance fick ökat utrymme, medan övrig CSR-redovisning istället minskade, främst de sociala delarna. Miljö togs fortfarande upp i samband med verksamheten. Dock förändrades företagets sätt att presentera personalfrågor. År 2002 återfanns dessa under ett kapitel kallat "Verksamhetsförbättringar", men år 2003 kallades det "Human Relations". Därefter övergick det till att kallas "Medarbetare". Från år 2002 uttrycktes att det inte förekom några "gyllene fallskärmar". Ändå fick Jörgen Centerman år 2003 en fallskärm på 45 miljoner efter endast två år som VD. Ingenstans bemöttes kritiken som funnits kring detta, så som Michael Treschows höjda styrelsearvode och de borttagna veteranbelöningarna. År 2003 förekom karteller och mutbrott, men detta avspeglades inte i redovisningen detta år. Däremot togs problemet upp året därpå och då påpekades att 65 personer hade fått sluta på grund av oegentligheter. År 2004 förekom en flitig debatt om hotet att flytta ut företag om inte lönerna sänktes. Detta togs inte upp, men i årsredovisningen hade medarbetare kommit i fokus allt mer och sättet att ta upp detta hade blivit "mjukare", samtidigt som en stark koppling till ekonomi gjordes.

**Pathos:** I ABB:s årsredovisning var bilderna under de första två åren traditionella, lite stela och visade mest verksamheten. År 2002, det år då stora förändringar gjordes i redovisningen, skedde även förändringar i bilderna. De blev större, "trevligare" och mer färg användes. Ledningen avbildades i verksamheten, "på golvet" och i direkt kontakt med de anställda. Mer fokus lades på Corporate Governance än på övrig CSR. Från detta år fanns också en del pathosskapande exempel, som visade att företaget vill ta socialt ansvar. Bland annat skrevs om medarbetares dödsfall. Säkerhet kring anställda hade också blivit ett prioriterat område, framför övrigt Socialt Ansvar. Året därpå återgick bilderna till att bli färre och stelare. I kapitlet om hållbar utveckling fanns dock ett par bilder på barn som ABB hade hjälpt. Under år 2004 ökade bilderna igen, men fokus var nu industri och teknik.

**Den separata CSR-redovisningen:** Sammanfattningsvis vände sig CSR-redovisningen till alla intressenter, till skillnad från årsredovisningen, som främst vände sig till kunder och aktieägare. Samtidigt hade företaget en ekonomisk syn på hållbarhet, vilket uttalades ofta. Ekonomi kom alltid först. Nytt från år 2000 var att företagets "Miljöredovisning" nu blev "Hållbarhetsredovisning", där sociala aspekter integrerades

med miljö. Det märks dock att företaget inte hade hunnit utveckla de sociala delarna. Mest handlade prestationer och liknande om miljö. Att företaget skiftade fokus, så att socialt ansvar också hade blivit viktigt märks främst genom pathos-skapande bilder på barn, blommor, himlen (luften), hur företagets anställda arbetar samt bilder associerade till ABB:s globala verksamhet. År 2001 var CSR-redovisningen mer tydlig, med stycken för vision, strategi, hållbarhetsprestanda och olika principer. Bilderna detta år fokuserade istället på medarbetare i företaget. År 2002 innebar CSR-redovisningen en bättre struktur, med tydlig uppdelning på Tripple Bottom Line. Slående är att det inte fanns något som behandlade etik hos ledningen dessa år, med undantag av ett mindre stycke, i liten text under "Koncernchefens kommentar", vilket tog upp Percy Barnevik och Göran Lindahls ersättningar. Fokus låg då på återbetalningarna. Detta år följde CSR-redovisningen en uppställning som bygger på GRI:s riktlinjer. Året därpå förändrades redovisningen till att bli en vanlig rapport, utan talande bilder. Kanske var anledningen att företaget ville signalera trovärdighet genom att redovisa fakta. Året därpå var upplägget liknande, men en del mindre bilder lades åter in.

**Sammanfattning:** 2002 skedde stora förändringar i rapporteringen. Det skedde samtidigt som de största skandalerna briserade – asbesten samt Percy Barnevik och Göran Lindahls ersättningar. Företaget tog också upp dessa, men undvek att skriva i klartext om problemen och de togs också upp på oprioriterad plats i texterna. Beträffande skandalen kring ersättningarna fanns en klar koppling till förändringar i redovisningen. När det gäller asbestskandalen påverkade den företagets resultat så mycket att företaget var tvunget att kommentera den. Något ökat fokus på miljö kan dock inte ses. Andra, mindre skandaler valde ABB att inte kommentera. En annan tydlig förändring var hur företagsledningen under det svåra året 2002 gick ut på "golvet" i verksamheten och försökte skapa en vi-anda. Detta kan vara ett sätt att försöka överbrygga kritiken om att ledningen hade skärmat sig från verksamheten och bara sett till sitt eget bästa. Året därpå återgick ledningen till sin roll i mörka kostymer, men det fanns fortsättningsvis en mjukare attityd, särskilt gentemot medarbetare. Generellt sett fick miljö störst utrymme av CSR, eftersom det är tydligt kopplat till verksamheten, men fokus hade alltmer gått från miljö till Corporate Governance. Det övriga sociala ansvaret hade inte utvecklats lika mycket.

### 5.2.2 Cardo

**Ethos:** Cardo såg sin uppgift som att prestera värde för aktieägare och något vidare perspektiv kan inte ses. Företaget vände sig till aktieägare och eventuellt till kunderna under alla de analyserade åren. Anställda och privatpersoner tycks vara helt uteslutna. Tonen var affärsmässig och inriktad på ekonomiskt resultat.

**Logos:** Årsredovisningarna innehöll enbart ett mindre stycke om miljö och miljöpolicy och detta stycke förändrades inte under åren. Under "VD har ordet" nämndes inget om CSR. På företagets hemsida finns dock numera information om Corporate Governance. När det gäller negativ kritik hade det uppmärksammats att kvinnor saknades i företagets ledning och år 2004 åtgärdades detta i och med att en kvinna tillsattes. Detta syntes dock inte i redovisningens text.

**Pathos:** Företagets redovisning var formell och någon pathosskapande text eller bilder hänförliga till CSR fanns inte.

**Sammanfattning:** Cardo innehar jumboplatsen av de undersökta företagen, när det gäller CSR. Den etiska debatten tycks helt ha gått företaget förbi när det gäller redovisningens innehåll. Dock finns en klar koppling mellan debatten om avsaknaden av kvinnor i styrelsen genom tillsättandet av en kvinna år 2004.

### **5.3 Läkemedel/medicinsk utrustning**

Både AstraZeneca och Gambros redovisningar upplevdes som informativa, men något sterila. Företagen är kunskapsintensiva och texterna, var logiska. Kvinnor fanns i båda företagens styrelser och ledning.

#### **5.3.1 AstraZeneca**

**Ethos:** AstraZenecas redovisning vände sig till aktieägare, andra finansärer samt analytiker under alla de undersökta åren. Företaget såg sig som ett kompetensföretag och årsredovisningarna var fyllda med fakta. År 2000 rådde en top-down-mentalitet och de anställda skulle informeras om och följa direktiven som gavs kring CSR. Denna attityd förändrades från och med år 2001, och CSR sågs istället som alla anställdas ansvar. Redovisningen för år 2001 utkom under år 2002, då den tidigare nämnda skandalen kring ersättningarna i ABB redan hade uppmärksammats. Det tycks som om företagets indirekta koppling till denna skandal, genom sin styrelseordförande, Percy Barnevik, har ökat medvetandet kring CSR.

**Logos:** Redovisningen fokuserade tydligt på ekonomi, forskning och utveckling samt produktportföljen. Presentationen av ledningen och styrelsen visade inga förändringar. Samtidigt hade företaget problem med frågor som patent, reklam, falska fakturor med mera, vilket kan kopplas till ledarskap på olika nivåer i företaget. Detta påverkade dock främst redovisningen, som genomgick en större förändring år 2002. Från detta år redovisades mycket mer CSR och främst ökade fokus på Corporate Governance. År 2002 och i början av år 2003 förekom en skandal kring falska fakturor i USA och redovisningen för år 2002 (som kommer på våren 2003) förändrades kraftigt när det gäller policyn om etik. Ett eget kapitel i slutet av årsredovisningen, tog från detta år upp AstraZenecas etiska regler, på ett kraftfullt och rakt sätt. Reglerna var ganska omfattande och framstod som en ”lag” som gällde. De var heller inte underskrivna, men ett mycket kort förord av koncernchefen inledde texten. I ett stycke om god affärssed, förklarades att ”denna regel gäller utan undantag”. Detta område hade företaget haft problem med när det gällde både patent och reklam. De etiska reglerna var ganska omfattande.

Under åren 2002 till 2004 fick företaget negativ publicitet kring ersättningar till ledningen och företaget påverkades av att ha Percy Barnevik i styrelsen. Förändringar som kan kopplas till detta ses också i redovisningen. De första två åren togs ersättningar och Corporate Governance med till en tredjedel av förvaltningsberättelsen. År 2002 fördubblades förvaltningsberättelsen och samtidigt lyftes Corporate Governance ut till ett eget kapitel, kallat ”Rapport om styrelsens ersättningar”. Det påpekades också att betydelsen av etiska normer hade ökat till följd av skandalerna i USA, men svenska skandaler togs inte upp. Kapitlet om Corporate Governance omfattade nu sex sidor, varav en del information även återfanns i not till den finansiella redovisningen. De följande två åren ökade kapitlet till tio sidor och informationen blev mer detaljerad, bland annat beträffande ersättningarna till ledningen.

Företaget hade också haft en hel del problem med läkemedel och det hade skrivits om läkemedel utan effekt, med biverkningar och till och med dödsfall. Publiciteten kring detta var störst kring åren 2002 och 2004. År 2002 tog koncernchefen upp problematiken kring Iressa, men tog inte upp något om de påstådda dödsfallen i Japan. Istället skrev han att ”rapporterad förekomst av interstitiell lungsjukdom hos svårt sjuka lungcancerpatienter som behandlats med Iressa i Japan har, även om kopplingen till behandlingen inte bevisats fått de japanska myndigheterna att införa strikta försiktighetsåtgärder för användningen av Iressa, samt specialistövervakning av patienterna”. På detta sätt sågs problemet mer som hänförligt till japanska myndigheter

och dödsfallen kringgicks helt. Istället lades ett ekonomiskt perspektiv på frågan, så att den läses som en förklaring till varför Iressa inte blivit den framgång under året som ledningen hade hoppats på. År 2003 tog koncernchefen inte upp någon CSR utan då skrevs bara att Iressa hade introducerats framgångsrikt i USA. År 2004 däremot skrevs en hel del om problematiken kring Iressa, Crestor och Exanta. Det negativa togs då upp på ett positivt sätt. En del text var också motsägelsefull. Exempelvis påpekades att Iressa ökade värdet för såväl läkare, patienter och aktieägare. Samtidigt informerade företaget att det upphörde med marknadsföringen av Iressa i USA, till följd av en undersökning som visade att läkemedlet inte hade större verkan än placebo på västerländska patienter. De andra läkemedlen, som det hade skrivits om under året togs också upp, men företaget gick kring problematiken och använde ord som inte var laddade eller lade sig på minnet. Istället skrevs det om försäljning i positiva ordalag och att säkerhet prioriterades.

Den uppmärksamhet som läkemedelsbranschen fått beträffande läkemedel till u-länderna hade inte direkt koppling till AstraZeneca, men eftersom kritiken hade varit så stark, valde ändå AstraZeneca att lyfta upp frågan år 2003, då debatten var som störst. Ett längre stycke återfanns detta år under "Ansvarsfullt företagande" och företaget skrev om hur viktigt det ansåg att det var att u-länder skulle få tillgång till läkemedel. Året därpå hade detta stycke nästan försvunnit. Under åren påpekade företaget, även i den separata CSR-redovisningen, att det kritiserade område beträffande medicin till u-länderna låg utanför deras kärnverksamhet. På så sätt ville de hålla sig utanför debatten och påtala att de inte hade något ansvar.

Beträffande kapitlet om anställda tog det år 2000 upp främst kunskap, individuell utveckling och ledarskap. År 2001 ändrades detta, så att välbefinnande kom med. Året därpå införlivades personalfrågorna i CSR-kapitlet. Det var en förändring mot mjukare värden, som kan ses mot bakgrund av debatten om stress. Företaget genomförde också medarbetarundersökningar vart annat år. En sådan genomfördes år 2000 och då skrevs att det fanns områden som behövde förbättras, men någon närmare precisering av dessa gjordes inte. Dock framkom det året därpå att företaget som en direkt följd av undersökningen hade arbetat för att främja öppen dialog och synliggöra ledarskapet.

*Pathos:* AstraZenecas redovisning vädjade till läsarnas logik och inte till deras känslor. Texten var saklig och då exempelvis terrorattackerna i USA år 2001 togs upp, lades inga känslomässiga aspekter på dessa, utan istället skrevs att företaget hade donerat betydande summor till amerikanska hjälporganisationer. Få eller nästan inga bilder användes.

**Den separata CSR-redovisningen:** AstraZenecas separata CSR-redovisning var relativt strikt, precis som årsredovisningarna. Rubriker och framsidor förändrades varje år. Här användes också fler bilder, som visade barn och u-länder, en del med kvinnor. En hel del bilder förmedlade välbefinnande och de blev allt färggladare. År 2000 fokuserade CSR-redovisningen på miljö. Åren därefter var redovisningen mer utformad efter Tripple Bottom Line. År 2002 tillkom en handlingsplan för ansvarsfullt företagande, och de sociala delarna fick ökat utrymme. En annan förändring i CSR-redovisningen var att negativa uppgifter, som hade framkommit i medarbetarundersökningarna, togs upp kommande år, exempelvis togs mångfald upp som viktigt år 2003, när undersökningen som genomfördes år 2002 hade visat brist på detta. Dock hade detta ingen direkt koppling till media. År 2000 stals fyra försökshundar från AstraZeneca. Även om detta inte fick någon större uppmärksamhet hade djurrättsaktivister fått en hel del utrymme i media, genom aktioner där djur släppts lösa. AstraZeneca skrev samma år om hur försöksdjur behandlades och vikten av att ha försöksdjur. Året därpå fanns inte detta, men år 2002 satte företaget mål för användningen av försöksdjur i sin handlingsplan.

**Sammanfattning:** CSR togs upp första gången i ”Ordföranden har ordet” år 2001. År 2002 fick det mer utrymme, men åren därpå minskade det igen. Kopplingar fanns med de flesta skandalerna. Allvarliga sådana togs upp, samtidigt som de förekom i media, men företaget försökte kringgå dem. De förringades och fick en oprioriterad plats i texten. År 2002 kom AstraZenecas etiska regler, vilket kan ses som en direkt följd av publiciteten kring etiska frågor som hade förekommit under året, både beträffande Corporate Governance och ersättningsfrågor, som belystes alltmer. Dessutom ändrade företaget åsikt från att CSR var något som ledningen tog fram och implementerade, till att det var alla anställdas ansvar. I årsredovisningen, som i första hand vände sig till aktieägare, vädjades till läsarens logik, medan CSR-rapporten tycktes vara mer värd till medarbetare och de som var engagerade i ämnet och därför hade den en mer känslomässig framtoning.

### 5.3.2 Gambro

**Ethos:** Gambros redovisning knöt an till verksamheten och det fanns flera bilder på patienter. Företaget framställde sig som ett kunskapsföretag på frammarsch. Redovisningen var adresserad till aktieägarna och innehöll i princip enbart information om ekonomisk utveckling och åtgärder företaget hade vidtagit för att förbättra lönsamheten. Från början sågs CSR som något alla skall följa. År 2003 förändrades synen något så att kopplingen med värderingar tydliggjordes.

**Logos:** Texten i årsredovisningarna var logisk och något ”steril”, precis som verksamheten. De första tre åren innehöll CSR-redovisningen enbart miljö. Från år 2003 förekom också socialt ansvar i denna del, men den fortsatte att heta ”Miljö”. Under alla år förekom ett eget kapitel för personal, som år 2004 fick en något mjukare framtoning.

Gambro hade figurerat en del i media, men hade inte varit utsatt för några större skandaler. År 2000 förekom uppgifter om problem i ledningen och under detta år samt året därpå syntes en förändring i redovisningen genom att även styrelseordföranden uttalade sig. Åren därefter förekom dock en hel del artiklar kring verksamheten i USA, där det hade förekommit tveksamheter beträffande fakturering och sedan gammalt oklarhet kring dokumentation. Detta hade dock inte fått någon större negativ publicitet, men mest skrevs under år 2002. Under detta år tillkom ett stycke under ”Gambros strategiska resa”, som tog upp etiskt förhållningssätt. Detta återfanns även år 2004 och detta år kompletterades redovisningen också med en uppförandekod som fastställde att ”god etik, samarbetsanda och affärsmässighet av högsta klass” var grundstenar i företagskulturen och medarbetarna förväntades handla enligt dessa. Corporate Governance fick inget större utrymme. Dock påpekades under år 2003 att företaget hade vidtagit åtgärder för att möta kraven från lagstiftning och myndigheter.

**Pathos:** Gambro framhöll att företaget hjälpte patienter och det fanns en hel del bilder från sjukhusmiljöer från i-länder och USA, som uppmärksammades. Det saknades helt bilder från u-länder, miljöbilder och andra mer känsllosamma bilder. Bilder på barn förekom inte, förrän år 2004, under socialt ansvar. Detta stärker känslan av Gambro som ett kunskapsföretag som inte sysslar med ”mjukare” saker.

**Sammanfattning:** I Gambros redovisning togs de etiska frågor som fått uppmärksamhet i media upp, men problemen förringades och hänfördes till en problematik som snarare berodde på USA:s regelsystem än på företaget. Socialt ansvar och ledarskapsfrågor fick inget stort utrymme. År 2002 skrevs det mest, både i media och i Gambros årsredovisning, men annars var år 2004 det år då den största förändringen skedde. Företaget poängterade värderingar genom en uppförandekod och hänvisade även till internationella principer som Global Compact. Att det sociala ansvaret kom med i rapporteringen bidrog till att Miljö, fick ett minskat utrymme med åren.

## 5.4 Transportföretag

Både SAS och Broströms hade en tydlig koppling till miljö och säkerhet i sin redovisning. Detta berodde delvis på att det finns en del lagar som ställer krav på dessa områden.

### 5.4.1 SAS

**Ethos:** År 2000 såg SAS sig som ett serviceföretag, som skapade högt värde för kunden. Året därpå skedde en förändring, till följd av ledningsskifte och dålig lönsamhet. Ekonomi hamnade i fokus och vision, mål och strategier förändrades mycket under åren. Företaget tycktes ha hamnat i en identitetskris. Under alla år vände sig dock årsredovisningarna till aktieägare, analytiker och finansiärer. Företaget såg sig som ledande inom miljöområdet och hade fått många utmärkelser för sin redovisning, vilket de gärna tog upp. Synen på ansvar var ”att alla fyra transportslagen, vägtrafik, järnväg, sjöfart och flyg, bör betala för såväl investeringar, som för sin infrastruktur, samhällets övriga kostnader (t ex olyckor) och miljöbelastning enligt principen om förorenarens betalningsansvar”.

**Logos:** SAS hade varit utsatt för en skandal som var mycket kraftig och det var oegentligheterna i samarbetet med Maersk, vilka uppmärksammades år 2000. Men detta år tog företaget inte upp problematiken. Året därpå, när SAS dömdes för kartellbildning togs det däremot upp, men företaget försöker mildra skandalen genom att kalla det ”olagligt samarbetet enligt EU:s regler”. Istället för att en ”razzia” hade genomförts kallades det ”oanmälda besök”. ”Maersk-saken” som företaget själv kallade den, fick ganska stort utrymme år 2001, vilket berodde på den omfattning som skandalen fick. Övriga förändringar i redovisningen var att det år 2000 i princip inte stod något om godkännande av samarbetsavtal, men detta förtydligades i kommande årsredovisningar. År 2002 marginaliserades samarbetet med Maersk genom att detta bröts ut och lades tillsammans med ”Andra europeiska flygbolagspartners” i mindre text, vid sidan om.

SAS ekonomiska kris och samarbetsproblem inom ledningen diskuterades flitigt i media. Kritik framfördes också om att ledningarnas ersättningar och förmåner var höga, samtidigt som personalen fick gå ner i lön. Corporate Governance-frågor skrevs det om främst under åren 2002 och 2003, medan strejker förekom frekvent under år 2004. I redovisningen syntes den förändringen att Corporate Governance kom som ett kapitel under den ekonomiska redovisningen år 2002. Åren därpå fick det ett ökat utrymme genom ett helt nytt stycke i redovisningen. Det kan också ses som en effekt av de stora skandalerna kring ersättningar och etiska frågor som hade förekommit i den allmänna debatten. Samtidigt ökade inte företagens redovisning av ersättningar särskilt mycket och debatten kring dem hade heller inte varit stor.

När det gällde strejkerna, berördes dessa de första åren. År 2003 tillkom ett stycke kallat ”Konflikter och tvister”, under ”Socialt ansvar”. I detta föringades problematiken och företaget skrev att ”ett antal tvister med enskilda medarbetare och mindre grupper” hade förekommit. Fackliga relationer och förhandlingar fick nu också utrymme. Att tvisterna togs upp är en koppling till de konflikter som företaget hade haft under året, och som hade fått stor uppmärksamhet i media. I början av år 2004 uppkom fler konflikter, vilket också avspeglades i redovisningen. Ett nytt kapitel kallat ”Medarbetare och socialt ansvar” tillkom, och en mängd konflikter togs upp, men de tonades samtidigt ned och ingen koppling gjordes till missnöje med löner. Problematiken tycktes nu vara så stor att SAS inte kunde bortse från den. Företaget skrev inte längre om rekryteringar, förbättringsåtgärder eller utveckling av personal, vilket kan kopplas till att företaget var



mitt i en kris, både ekonomiskt och med sin personal. Utrymmet kopplat till medarbetare minskade under åren 2002 och 2003, kanske för att det inte fanns så mycket positivt att skriva om.

Beträffande miljö var bolaget inte utsatt för några nämnvärda skandaler. Samtidigt var det detta som företaget var bra på och därför framhövdes miljö när de ekonomiska resultaten var sämre. Fram till år 2002 fanns ingen traditionell hållbarhetsredovisning. Då kallades området miljöredovisning och de sociala aspekterna återfanns under stycken om medarbetare. Från år 2003 däremot återfanns miljö under ett särskilt stycke kallat "Hållbarhetsredovisning". Kund- och konsumentkrav angavs vara påverkansfaktorer för varför CSR var viktigt. Av hållbarhetsredovisningen fick miljö absolut mest plats under alla år och socialt ansvar handlade i stort sett om personal. Företaget donerade i princip heller inget till fattiga länder eller stödde utveckling där.

**Pathos:** SAS årsredovisning innehöll relativt många bilder, som framförallt avspeglade verksamheten. De hade sällan direkt med miljö att göra, inte ens under stycken som handlade om miljö. Företaget använde sig heller inte av känslomässiga bilder, som exempelvis regnskog eller fattiga barn. Däremot fanns en bild med västerländska barn i färd med att resa år 2004. Företaget hade varit utsatt för två katastrofer: terrorattackerna den 11 september (indirekt) och Linatekatastrofen. VD:n valde att uttala sig med mycket starka, känslomässiga ord om detta, framförallt om Linate. Förutom detta fanns knappt några känslouttryck eller exempel i texterna, som kunde skapa bilder för vårt inre. I detta sammanhang försvann Maersk-problemet nästan helt.

**Den separata CSR-redovisningen:** SAS argumentation för miljöarbete var att miljömedvetenheten hade ökat i samhället, med en ny generation, som har andra prioriteringar. Företaget upplevde ökade krav och förfrågningar från sina kunder. Miljötänkandet tycktes också vara integrerat i verksamheten och i ledningens beslut. Miljöfrågor har också en direkt koppling till ekonomi, genom att till exempel bensinsnåla flygplan både ger bättre miljöeffekt och lägre kostnader. I den separata CSR-redovisningen var miljö också det som fick mest utrymme. Det förekom heller inte någon utläggning om skandalen. Dock påpekades att ledningen hade utbildats i konkurrensregler, och detta ansågs lösa problemet.

**Sammanfattning:** SAS redovisningar varvade text, diagram och bilder till en lättsmält läsning. Maersk-skandalen togs med först då företaget dömdes och påverkan på företaget var stor. Trenden visade också att Corporate Governance ökade, men för ersättningar redogjordes fortfarande endast i not. Företaget hade heller inte varit utsatt för några större skandaler kring ersättningar, även om en del negativa artiklar hade förekommit. Däremot hade företaget haft turbulens inom ledningsgruppen och flera hade fått lämna företaget. Detta kan ha påverkat ökningen av Corporate Governance. Men det kan även den allmänna debatten ha gjort. Strejkerna och konflikterna med anställda tonades ned, men när de fortsatte togs istället samarbete med facket och lösningar i samförstånd upp. Händelser som får större ekonomiska konsekvenser för företaget måste också tas upp. Den dåliga ekonomiska situationen påverkade utformningen av CSR-redovisningen genom att företaget av kostnadsskäl införlivade den separata redovisningen med årsredovisningen. Miljö prioriterades, dels för att företaget var duktigt på det, men också för att det var en naturlig del av verksamheten. Att de sociala delarna inte har fått det utrymme som kan förväntas, kan bero på att den ekonomiska krisen hade tagit fokus från dessa frågor och företaget själv hävdade detta delvis.

## 5.4.2 Broströms

**Ethos:** Broström framställde sig som ansvarstagande för miljö och säkerhet. Kopplingen till havet var tydlig i årsredovisningen, men texten var klart ekonomisk och vände sig framförallt till aktieägarna. År 2004 riktade VD:n sina ord även till ”alla intressenter”.

**Logos:** Broströms hade inte varit utsatta för några skandaler under de undersökta åren. Dock hade en fartygskatastrof inträffat under slutet av år 1999, som hade haft återverkningar på branschen i form av striktare regler kring säkerhet och miljö, från EU. Under året därpå togs detta upp, samt under år 2003 när effekterna av reglerna hade blivit påtagliga. Miljö togs också upp, men mer som en förklaring till resultatet och inte som en förändring i policy. Samtidigt hade företaget under samtliga år med alla delar som vanligtvis kopplas till CSR. Kapitlen om miljö och medarbetare förändrades knappt.

Intressant att se var att Corporate Governance fanns med under hela den undersökta perioden, till skillnad från de andra undersökta företagen. Fram till och med år 2001 togs endast styrelsens arbete upp, men från år 2002 tillsatte företaget en ersättningskommitté. Detta kan ses mot bakgrund av skandalen kring ersättningarna i ABB och tolkas som att företaget insett vikten av att ha en tydlig redovisning. Samtidigt är det anmärkningsvärt att företaget skrev mycket om Corporate Governance, men det berodde också på att det fanns ett särskilt avtal, mellan företaget och A-aktieägarna, vilket styrde tillsättande av styrelse och innefattade en hembudsklausul. Från år 2003 delades kapitlet om Corporate Governance upp i ”Företagets styrning” och ”Ersättningsfrågor”. Broströms ledning hade varit helt mansdominerad och i princip den samma sedan 1980-talet. År 2003 tillsattes dock en kvinna i ledningsgruppen. Det var samtidigt som debatten i media om bristen på kvinnor i företagens toppar pågick som mest.

**Pathos:** Bilderna i redovisningen var verksamhetsnära och visade bilder av hav. Det gav associationer till frihet och värnande om miljö, samt visade på företagets globala anknytning. De visade också renhet, genom bilder på rena hamnar och rena fartyg, vilket styrkte Broströms sätt att profilera sig som ett miljövänligt och säkert företag. Intressant var också att företaget fick allt fler bilder med kvinnor i sin redovisning, särskilt från år 2003.

**Sammanfattning:** Broströms hade inga skandaler, men vissa förändringar kan kopplas till andra, övergripande debatter i samhället beträffande till exempel ersättningar. De största förändringarna skedde i företagets redovisning av Corporate Governance. Att företaget hade ett kapitel för detta under alla år, vilket de andra företagen inte hade, kan kopplas till avtalet med A-aktieägarna. Miljö fokuserades för att det är kopplat till riskerna i branschen. År 2003 anställdes en kvinna i ledningen och kvinnorna fick mer utrymme i redovisningen, vilket kan bero på debatten om bristen på kvinnor i företagens toppar.

## 5.5 Detaljhandeln

H&M och Clas Ohlsons redovisningar var utåtriktade, kommunikativa och inte lika faktaorienterade som de övriga redovisningarna som analyserades. De var också mer känslomässiga i sina framtoningar och hade drag av marknadsföring.

### 5.5.1 H&M

**Ethos:** H&M:s redovisning signalerade att företaget var ett framgångsföretag som växte globalt. Främst vände det sig till kunder och aktieägare, men också till viss del medarbetare och andra klädintresserade. Årsredovisningen hade framtoningen av en

postorderkatalog. H&M framställde sig som ett ansvarsfullt företag, särskilt när det gällde leverantörerna, men påpekade samtidigt tydligt att de inte ägde fabriker och därför tog större ansvar än vad de borde behöva. Ledningen framstod som otvungen och flera kvinnor återfanns i den.

**Logos:** CSR hade ett litet utrymme år 2000. Exempelvis fanns det inte med i ”VD har ordet”. Åren därpå togs dock CSR upp i form av ”Socialt ansvar” beträffande leverantörerna. Argumentationen byggde på att leverantörerna var många och därför var svåra att övervaka, men att de måste följa Code of Conduct. Överträdelser kunde ske och då försökte H&M i första hand få leverantörerna att ändra på sig. Detta kan kopplas till den uppmärksamhet som hade funnits runt arbetsrelaterade frågor, som exempelvis utnyttjande av billig arbetskraft och andra tveksamma arbetsförhållanden. Leverantörsfrågorna fick stort utrymme i CSR och det var också här en hel del problem hade funnits. I princip hade det funnits arbetsrelaterade skandaler alla år, förutom år 2002. År 2003 kunde viss koppling till negativ massmedial uppmärksamheten ses eftersom H&M tog upp pilotprojektet för att minska övertidsarbete och det ingångna avtalet med UNI. Det fanns också ett ökat fokus på medarbetare, vilket också kan kopplas till de skandaler som hade förekommit under året. År 2001 fanns en artikelserie som fick en del fonder att överväga sitt innehav i H&M. Det var också detta år som CSR togs med i ”VD har ordet” och fick ökad betydelse. År 2002 ökade sedan CSR kraftigt genom den separata redovisningen, men även i ”VD har ordet”. År 2003 och 2004 skedde en tillbakagång. Förutom generella uttalanden om leverantörer, togs inte skandalerna upp direkt i texten. En annan sak som kunder noteras var dock att H&M hade en policy om reklamkampanjer och fotomodeller. Företaget har varit känt för sina uppseendeväckande reklamkampanjer, men mest kritik fick de åren innan år 2000. År 2004 återkom dock debatten, men någon förändring i redovisningen kunde inte ses.

Argumentationen kring H&M:s CSR-arbete kändes lite tunn eftersom den inte byggdes upp med fakta om vad företaget hade åstadkommit. Att problemen inte togs upp, samtidigt som de var frekvent förekommande, ökade inte heller trovärdigheten. Intressant var också att se att Corporate Governance inte togs upp ens när debatten var som hetast under år 2002. Det kan bero på det koncentrerade ägandet.

**Pathos:** Det märktes att H&M använder sig mycket av reklam. I årsredovisningen fanns en hel del stora, säljande bilder med mode. Företaget använde också mycket bilder på barn när det gällde både socialt ansvar och miljö. Ett undantag var år 2001, då en bild på asiatiska kvinnor i en ren och modern fabrik istället användes. Detta år förekom också kritik i media om exploatering av kvinnor i Kambodja.

**Den separata CSR-redovisningen:** Den separata hållbarhetsredovisningen kom år 2002 och var mycket omfattande, men innehållets värde kan ifrågasättas. Det var mycket bilder och mycket berättande text, men inte så mycket fakta. År 2002 togs inga problem upp i de inledande texterna, men året därpå kommenterades att reklamen ofta debatterades och därför togs detta upp. Här fanns en tydlig koppling till debatten i media, men kanske mest från tidigare år. År 2004 fick problematiken kring leverantörerna stort utrymme och det kan ses som en koppling till debatten. H&M lät några intressenter kommentera CSR-redovisningen och då kritiserades företagets redovisning. Tanken var att visa på transpararens och trovärdighet. Corporate Governance fanns med, men uppvisade inga större förändringar. År 2004 var uppdelningen tydligare på socialt ansvar och miljö. Detta år tillkom också ett eget kapitel för ”Code of Conduct Management”.

**Sammanfattning:** Det skedde inga större förändringar i företagets sätt att redovisa hållbarhet i årsredovisningen. CSR-redovisningen utvecklades något genom att policys togs upp, men det stod inte mycket om vilka resultat som hade uppnåtts. Istället

förmedlades budskapet genom pathosskapande bilder och berättande text. De områden som togs upp i media togs också upp i CSR-redovisningen, men enskilda skandaler togs dock inte upp. En större förändring i CSR-redovisningen skedde 2001 och 2002, men någon koppling till Corporate Governance kunde inte ses. Detta område saknades i princip alla år. Från år 2002 var CSR ett prioriterat område för H&M, vilket kan bero på den etiska debatten i samhället.

### 5.5.2 Clas Ohlson

**Ethos:** Clas Ohlson ville framhäva sig som ett framgångsrikt familjeföretag och till stor del är företaget också det. Redovisningen uppvisade en närhet till de anställda och ord som ”våra” och ”vi” användes bland annat i en del rubriker. Stor vikt lades också vid medarbetarna. Företaget tog socialt ansvar i den mening att de ville att deras personal skulle må bra. Bland annat uppmuntrades pappor att ta ut pappaledighet. Redovisningen vände sig till alla intressenter, även om aktieägare, kunder och framförallt personal sågs som självklara mottagare.

**Logos:** Företaget hade inte varit utsatt för några direkta skandaler och områdena kring miljö och medarbetare redovisades alla år. År 2003/2004 skedde en del förändringar i redovisningen. Bland annat kom kapitlen ”Medarbetare” och ”Miljö” längre fram i rapporten. Miljökapitlet blev tydligare, med en uppdelning på miljöpolicy, miljömål, resultat av miljöarbetet etcetera. Delen som tog upp medarbetare, ökade både i fakta och omfång. De senaste två åren fick Corporate Governance ett separat kapitel på en framskjuten plats, direkt efter VD-intervjun. Där redogjordes bland annat för ersättningar. VD:n tog inte upp något direkt om miljö, men det senaste året påpekades att företaget hade en policy beträffande inköp, sedan år 2001/2002 som innebar att inte köpa av leverantörer som använder barnarbete. Detta kan ses som ett svar på den ökade debatten kring ämnet.

**Pathos:** Framsidorna på årsredovisningarna anknöt till företagets ursprung och utveckling. De första årens bilder bestod nästan uteslutande av medarbetare och framgång. Miljöbilderna ökade med åren och de var typiskt svenska. Några bilder från andra länder fanns inte. Ledning och styrelse framställdes ledigt klädda och bakgrunden var i flera fall lagret, med en synlig truck. Det visade på närheten till verksamheten. Texten var inte särskilt stel och stärkte bilden av företaget som ett framgångsrikt familjeföretag.

**Sammanfattning:** Det anmärkningsvärda med Clas Ohlsons redovisning var att personalen fick en så framskjuten plats i texterna. Enligt retoriken ska argument och text som är viktig tas med tidigt, samt sist i tal och texter. Text om personal kom ofta på dessa prioriterade platser, till skillnad från flertalet andra företag vi analyserat. Företaget hade inte varit utsatt för negativ uppmärksamhet i media och några stora förändringar hade heller inte skett i redovisningen. Dock kunde vi se att Corporate Governance förtydligades, vilket kan kopplas till den allmänna debatten kring företagsledningens etik. En annan koppling till debatten som rör branschen var företagets policy beträffande barnarbete. Företagets fokusering på personal skall också ses i det sammanhanget att företaget var framgångsrikt och personalen var en stark framgångsfaktor.

## 6 SLUTSATS

---

*I detta kapitel presenteras de slutsatser som framkom genom analysen och frågeställningen besvaras. Därefter avslutas kapitlet med förslag till fortsatta studier.*

---

### 6.1 Slutsats

Frågeställningen var hur negativ uppmärksamhet i media påverkar företagens sätt att redovisa hållbarhetsaspekter. Inledningsvis vill vi därför klargöra att negativ uppmärksamhet verkligen har påverkat företagens sätt att redovisa. Det har vi kunnat se genom de analyser som gjorts.

Företagen och deras sätt att se på sig själva har inte förändrats i grunden till följd av skandalerna. De mindre förändringar som kan ses är mer ett sätt att blidka läsarna. Hur företagen valt att profilera sig skiljer sig från företag till företag och till stor del beror det på vilken identitet de har skapat sig. Företagskulturen tycks vara viktig i detta sammanhang. Ett exempel på detta är Clas Ohlsons närhet till verksamheten, kontra ABB:s engångsförsök att år 2002 visa den högsta ledningens engagemang och närvaro på verksamhetens lägre nivåer.

Till vilka företaget vänder sig påverkas av flera faktorer och negativ uppmärksamhet i media kan vara en sådan faktor. Men det finns andra faktorer som tycks påverka mer, så som företagets ekonomiska situation, bransch och affärsmiljö. I undersökningen ovan har vi sett att företag vars försäljning främst riktas mot andra företag, gärna redovisar logiska redovisningar med mycket fakta, medan de som vänder sig till slutkonsumenter har mer lättsamma årsredovisningar. En generell trend tycks också vara en mjukare framtoning av företagen och att mer utrymme ges åt sociala frågor. Dessutom används fler pathosskapande bilder, vilket kan kopplas till det ökade etiska medvetandet i samhället. Hur företagen ser på ansvaret för CSR är dock svårt att säga, eftersom retoriken i argumentationen går ut på att förringa problemen.

När det gäller utrymmet som hållbarhetsredovisningen får, ses att de företag som varit mest utsatta för skandaler och debatter, genomgående redovisar mer CSR, både i volym och i proportion till den övriga redovisningen. Dispositionen inom hållbarhetsredovisningen påverkas också av debatterna, genom att de områden som berörs får ökad prioritet. Ett exempel är Corporate Governance, som framförallt år 2002 fick ett ökat utrymme i de flesta undersökta företagen. Detta kan kopplas till skandalerna, men också till de lagändringar och den ökade reglering som uppkom på grund av dem. Skandalernas tyngd har därför varit avgörande, både direkt och indirekt. Den övergripande debatten har i princip påverkat alla företags redovisningar, men i de företag som har haft en direkt koppling till skandalerna, som exempelvis ABB och AstraZeneca, har CSR-redovisningarna påverkats betydligt kraftigare. Ett annat exempel på debatter som har skapat ökat utrymme i hållbarhetsredovisningen är den om missförhållanden hos leverantörer i u-länderna.

De områden som prioriteras i företagens CSR-redovisning ökar ofta på bekostnad av andra områden. Miljö är ett sådant område och det har heller inte förekommit särskilt många miljöskandaler. Detta stärker antagandet om att det som debatteras fokuseras mer. En annan faktor som har påverkat företagens fokus i årsredovisningarna och på så sätt även hållbarhetsredovisningarna är företagets ekonomiska situation. Vid ekonomiska problem konkurrerar CSR-redovisningen med den ekonomiska informationen, som då tydligare prioriteras.

Några generella skillnader mellan de olika branschernas sätt att förhålla sig till skandaler och debatter kan inte ses. Den negativa publiciteten är ibland av olika slag, men sättet som den påverkar CSR-redovisningarna på skiljer sig inte särskilt mycket åt.

När det gäller skandaler, som är direkt kopplade till ett företag, så väljer inget av företagen att erkänna sina felsteg i redovisningen. De skyller inte ifrån sig, men ber heller inte om ursäkt. Överhuvudtaget undviker de att kommentera debatterna. Negativ publicitet tas bara upp när den fått viss tyngd och storlek, och då ofta för att den måste tas upp enligt lag, på grund av att företagets ställning har påverkats. Händelserna tas upp på oprioriterade platser i texterna och de förringas genom omskrivningar. I de separata CSR-redovisningarna tas dock skandaler och debatter upp i större utsträckning. En annan tendens är att företagen tar upp problemen året efter det inträffat, när frågorna är lösta. Beträffande de mer övergripande debatterna i samhället, som påverkar företagen indirekt, har vi sett att de har bidragit till en ökning av CSR.

Om skandalerna över huvudtaget tas upp i texterna är argumentationen logisk och inte känslomässig. Dock har de företag som varit utsatta för mycket negativ publicitet separata CSR-redovisningar och på så sätt ges möjlighet till ett mer känslomässigt budskap. Framförallt används gärna avledande bilder.

Sammanfattningsvis kan sägas att skandalernas påverkan på företagens CSR-redovisningar visar sig på flera sätt. Hur företagen väljer att förhålla sig till den negativa publiciteten belyses tydligt genom följande citat:

*"Utöver att styrelseprocedurerna inte var bra, beklagar jag att vi inte årligen offentliggjorde ersättningsuppgifter för styrelse och företagsledning vid denna tid, även om det inte krävdes."*

*Citat av Percy Barnevik (Schatz & Lövgren, 2002)*

## **6.2 Förslag till fortsatt forskning**

Den undersökning som vi har genomfört har utgått från material som företagen publicerat, vilket har givit en god bild av förändringarna som skett till följd av skandalerna. Ett sätt att bygga vidare på denna undersökning skulle kunna vara att genomföra djupgående, kvalitativa intervjuer med representanter för företagen och med personer som arbetar med att ta fram deras CSR-redovisningar. På så sätt skulle en djupare förståelse kunna fås för hur företagen gör sina bedömningar beträffande negativ publicitet. I detta sammanhang skulle även en mer djupgående retorisk analys av ett eller ett fåtal företags hållbarhetsredovisningar kunna göras. När det gäller de skandaler och debatter som har förekommit, finns det också en hel del att utforska. För att få en ökad förståelse för området skulle till exempel journalister och debattörer, som skriver om ämnet kunna intervjuas om vad de prioriterar och väljer att skriva om. Större företag tycks ha fler "ögon" på sig. Slutligen anser vi att det skulle vara intressant att följa de undersökta företagens CSR-redovisningar framåt i tiden och se hur de utvecklas.

## KÄLLFÖRTECKNING

### Böcker

- Alvesson, Mats & Sköldberg, Kaj (1994). *Tolkning och reflektion: Vetenskapsfilosofi och kvalitativ metod*. Lund: Studentlitteratur
- Bergström, Göran & Boréus, Kristina (2005). *Textens mening och makt*. Lund: Studentlitteratur.
- Björklund, Maria & Paulsson, Ulf (2003). *Seminarieboken – att skriva, presentera och opponera*. Lund: Studentlitteratur.
- Carroll, Archie B & Buchholtz, Anne K, (2000) *Business and Society – Ethics and Stakeholder Management*. Mason, Ohio: South Western
- Duska, Ronald F & Duska, Brenda Shay (2003). *Accounting ethics*. Saffron Walden: Blackwell Publishing.
- Ebbesson, Jonas (2003). *Miljörätt*. Uppsala: Iustus Förlag
- FAR (2005). *FAR:s samlingsvolym 2005*. Stockholm: FAR Förlag.
- Flynn, James, Slovic, Paul & Kunreuther, Howard (2001). *Risk, media and stigma: understanding public challenges to modern science and technology*. London: Earthscan
- Habermas, Jürgen (2001). *On the pragmatics of social interaction: preliminary studies in the theory of communicative action*. Cambridge: MIT Press.
- Hallgren, Lars & Ljung, Magnus, (2005). *Miljökommunikation*. Lund: Studentlitteratur.
- Horn af Raintzein, Mia (2003). *Det globala ansvaret*. Stockholm: Ekerlids Förlag
- Jacobsen, Dag Ingvar & Thorsvik, Jan (2002). *Hur moderna organisationer fungerar*. Lund: Studentlitteratur.
- Johannesson, Kurt (2003). *Retorik – eller konsten att övertyga*. Stockholm: Pan.
- Johansson, Sven-Erik (2004). *Hållbart företagsvärde: Ägarna, företagsledningen, affärerna, finanserna*. Uppsala: Industrilitteratur.
- Johansson, Patrik (2004). *I skandalers spår. Minskad legitimitet i svensk offentlig sektor*. Göteborgs universitet: Förvaltningshögskolan.
- Kant, Immanuel (2003). *The Groundwork of the Metaphysics of Morals*. Oxford: Oxford University Press.
- Karlberg, Maria & Mral, Brigitte (2001). *Heder och påverkan – Att analysera modern retorik*. Falun: Natur och kultur.
- Larsson, Lars-Olle (1999). *Miljöinformation och miljöredovisning*. Stockholm: KPMG:s Skriftserie
- Larsson, Lars-Olle (2005). *Corporate Governance och Hållbar Affärsutveckling*. Falun: Ekerlids förlag.
- Malmström, , Åke & Agell, Anders (2001). *Civilrätt*. Malmö: Liber ekonomi.
- Mintzberg, Henry (2003). *The strategy process - concepts, contexts, cases*. Harlow: Pearson Education,
- Palm, Lars & Windahl, Sven (1989). *Hur modern kommunikationsteori kan användas av informatörer i det dagliga arbetet*. Kristianstad: Kristianstad Boktryckeri AB
- Rydstedt, Rudolf (1993). *Retorik – grammatica, thetorica, dialectica*. Lund: Studentlitteratur.

- Samuelson, Lars A (2001). *Controllerhandboken*. Stockholm: VI, Sveriges Verkstadsindustrier.
- Schön, Lennart (2001). *En modern svensk ekonomisk historia*. Lund: SNS förlag
- Trollestad, Claes (2002). *Etik och organisationskulturer: Att skapa en gemensam värdegrund*. Stockholm: Svenska förlaget.
- Världskommissionen för miljö och utveckling (1987). *Our Common Future*. Oxford: Oxford University Press.
- Zadek, Simon (2001). *The civil corporation: the new economy of corporate citizenship*. London: Erthscan, cop.

### **Artiklar**

- Carlsson, Bengt (2004). Debatten har öppnat mina ögon. *Dagens Nyheter*, 31 mars.
- Carlsson, Björn (2001) Etik – Ja,tack! *Göteborgs Posten*, 28 maj.
- Larsson, Lars-Olle (2003). Social redovisning kräver oberoende granskning. *Dagens Industri*, 25 januari.
- Leijonhufvud, Jonas. (2004). Skandaler ger lyft för kriskonsulter. *Svenska Dagbladet Näringsliv*. 30 november.
- Malmqvist, Peter (2003). Problem I USA smittar Sverige. *Sydsvenska Dagbladet*, 23 november.
- Ouchi, William G (1980). *Markets, Bureaucracies and Clans*. Administrative Science Quarterly, 25, sidorna 129-141.
- Rudström, Johan (2004). Byggkarteller: Etik viktigt efter skandal. *Uppsala Nya Tidning*, 27 september.
- Schatzl, Sabina & Lövgren, Stephan (2002). Barnevik betalar tillbaka "En svår tid för mig"- Direktörerna återbetalar 843 miljoner till ABB. *Göteborgs Posten*, 11 mars.
- Schroeder, Doris (2002). *Ethics from the top: top management and ethical business*. A European Review, 2002, volym 11, nr 3.

### **Uppsatser**

- Brodendal, Anna & Sjöberg, Susanna (2004). *Hållbarhetsredovisning - för vem och i vilket syfte?* Göteborg: Företagsekonomiska institutionen vid Handelshögskolan.

### **Dokument**

- Institute of Chartered Accountants in England& Wales. (2004). *Sustainability: the role of accountants, 2004*.

### **Elektroniska källor**

- ABB (2005). *ABBs hemsida*. (Elektronisk) Tillgänglig:< <http://www.abb.se/> (2005-11-14)
- AccountAbility (2005). *Institute of social and ethical accountability's hemsida*. (Elektronisk) Tillgänglig:< <http://www.accountability.org.uk/> (2005-12-18)



Affärsdata (2005). *Affärsdatas nyhetsarkiv*. (Elektronisk) Tillgänglig:><http://www.ad.se.ezproxy.ub.gu.se/index.php?serv=nyhetsarkiv> (2005-11-14)

Astra Zeneca (2005). *Astra Zenecas hemsida*. (Elektronisk) Tillgänglig:< <http://www.astrazeneca.com/> (2005-12-21)

Avanza (2005). *Aktieguiden: ABB*. (Elektronisk) Tillgänglig:><http://www.avanza.se/dsr/aktieroptioner/kurslistor/aktie.jsp?isin=CH0012221716> (2005-11-14)

Blix och Thorell, (2005). *Effektiva revisionsutskott*. Ernst and Youngs nätskrift. (Elektronisk) Tillgänglig:>[http://www.ey.com/global/download.nsf/Sweden/Intern\\_kontroll\\_f%C3%B6r\\_styrelseledamoter/\\$file/Internkontroll.pdf](http://www.ey.com/global/download.nsf/Sweden/Intern_kontroll_f%C3%B6r_styrelseledamoter/$file/Internkontroll.pdf) (2005-09-18)

Broström (2005). *Broströms hemsida*. (Elektronisk) Tillgänglig:< <http://www.brostrom.se/> (2005-12-21)

Clas Ohlson (2005). *Clas Ohlsons hemsida*. (Elektronisk) Tillgänglig:< <http://www.clasohlson.se/> (2005-12-21)

Deloitte (2005). *Deloitte's årliga undersökning om företagens frivilliga rapportering*. (Elektronisk) Tillgänglig:> [http://www.deloitte.com/dtt/press\\_release/0,1014,sid%253D38877%2526cid%253D96048,00.html](http://www.deloitte.com/dtt/press_release/0,1014,sid%253D38877%2526cid%253D96048,00.html) (2005-12-12)

Dow Jones (1999). *Dow Jones Sustainability Group Index*. (Elektronisk) Tillgänglig:> <http://www.sustainability-indexes.com/>

EU Grönbok (2001). *Främjande av en europeisk ram för företagens sociala ansvar*. (Elektronisk) Tillgänglig:< [http://europa.eu.int/eurllex/sv/com/gpr/2001/com2001\\_0366sv01.pdf](http://europa.eu.int/eurllex/sv/com/gpr/2001/com2001_0366sv01.pdf)> (2005-12-15)

FEE, (2005). *Fédération des Experts Comptables Européen*. (Elektronisk) Tillgänglig:> <http://www.fee.be/>< (2005-12-26)

FN (1999). *The Global Compact*. (Elektronisk) Tillgänglig:< <http://www.un.org/Depts/ptd/global.htm>> (2005-11-20)

FN (2005). *Indicators for sustainable development: Framework, issues and core set*. (Elektronisk) Tillgänglig:< <http://www.escwa.org.lb/information/publications/edit/upload/ed-00-4-e.pdf> (2005-12-04)

Gambro (2005). *Gambros hemsida*. (Elektronisk) Tillgänglig:< <http://www.gambro.se/> (2005-12-21)

GP (2005). *GP:s arkiv*. (Elektronisk) Tillgänglig:< <https://www.retriever-info.com/services/archive.html> (2005-11-15)

GRI (Global Report Initiative) (2005). *A Common Framework for Sustainability Reporting*. (Elektronisk) Tillgänglig:<<http://www.globalreporting.org/> (2005-12-01)

H&M (2005). *H&Ms hemsida*. (Elektronisk) Tillgänglig:< <http://www.hm.com/> (2005-12-21)

ISO (2005) *International Organization for Standardizations hemsida*. (Elektronisk) Tillgänglig:< <http://www.iso.org/iso/en/ISOOnline.frontpage> (2005-12-07)

JKL Blog (2005). *Att redovisa förtroende*. (Elektronisk) Tillgänglig:< [http://jklgroup.blogs.com/agenda/2004/01/att\\_redovisa\\_fr.html](http://jklgroup.blogs.com/agenda/2004/01/att_redovisa_fr.html) (2006-01-03)

Miljöpartiet de gröna (2005) *Om oss: Miljöpartiets historia*. (Elektronisk) Tillgänglig:< <http://www.mp.se/> (2005-12-04)

Nutek (2005), *Hållbar utveckling – från att reparera skador till effektivitet*. (Elektronisk) Tillgänglig:< <http://www.nutek.se/sb/d/144/a/761> (2005-12-01)

OECD (2005). *OECD:s hemsida*. (Elektronisk) Tillgänglig:< [http://www.oecd.org/home/0,2987,en\\_2649\\_201185\\_1\\_1\\_1\\_1\\_1,00.html](http://www.oecd.org/home/0,2987,en_2649_201185_1_1_1_1_1,00.html) (2005-12-15)

Regeringen, (2002). *Globalt ansvar*. (Elektronisk) Tillgänglig:< <http://www.regeringen.se/sb/d/2657/a/14557> (2005-12-04)

SAI (2005). *Social Accountability International*. (Elektronisk) Tillgänglig:<<http://www.sa-intl.org/index.cfm?&stopRedirect=1> (2005-12-13)

SAS (2005). *SASs hemsida*. (Elektronisk) Tillgänglig:<<http://www.sasgroup.net/SASGroup/> (2005-11-29)

Svenska akademien (2005). *Svenska akademiens ordbok*. (Elektronisk) Tillgänglig:< <http://g3.spraakdata.gu.se/saob/> (2005-11-20).

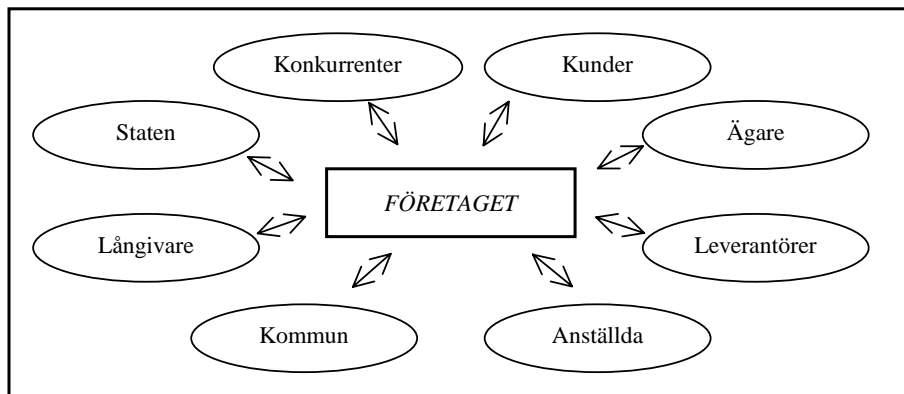
The Institute of Social and Ethical AccountAbility (2005). About us (Elektronisk) Tillgänglig:> <http://www.accountability.org.uk/aboutus/default.asp> (2005-12-01)

UN Global Compact (2005) *The ten principles*. (Elektronisk) Tillgänglig:< <http://www.unglobalcompact.org/Portal/Default.asp?> (2005-12-07)

## BILAGOR:

### Bilaga 1

#### *Intressentmodellen*



Figur 1 Företagets olika intressenter. Bruzelius L. & Skärvad P. (2000). *Integrerad organisationslära*. Lund: studentlitteratur