



Handelshögskolan  
VID GÖTEBORGS UNIVERSITET

# CSR-redovisningens utveckling under 2000-talet

– exempel på hållbarhetsredovisning i fordonsindustrin  
och finansbranschen

C-uppsats Företagsekonomi  
Inriktning Externredovisning  
Handledare: Gudrun Baldvinsdottir  
Pernilla Mannius-Lindholm  
Författare: Sofie Frisk  
Johanna Krantz

## **Förord**

Vi vill framförallt tacka våra handledare Gudrun Baldvinsdottir och Pernilla Mannius-Lindholm för att ha kommit med värdefulla råd och idéer vid genomförandet av vår studie.

Vi vill även tacka opponentgrupperna som givit oss konstruktiv kritik och kommit med nya infallsvinklar.

Göteborg den 12 januari 2009.

---

Sofie Frisk

---

Johanna Krantz

# SAMMANFATTNING

**Examensarbete i företagsekonomi, Handelshögskolan vid Göteborgs universitet, Extern redovisning och företagsanalys, Kandidatuppsats, HT 2008.**

**Författare:** Sofie Frisk och Johanna Krantz

**Handledare:** Gudrun Baldvinsdottir och Pernilla Mannius-Lindholm

**Titel:** CSR-redovisningens utveckling i fordonsindustrin och finansbranschen under 2000-talet

**Bakgrund och problem:** Corporate Social Responsibility (CSR) består i huvudsak av tre delar: etiskt ansvar, miljöansvar och socialt/samhälleligt ansvar. Företagens ansvar och värderingar har blivit viktiga konkurrensmedel på marknaden då det inte längre räcker att bara ha den bästa produkten eftersom kunderna har fått upp ögonen för både orättvisor och miljöproblem. Många företag väljer därför att redovisa sitt CSR-arbete i en hållbarhetsrapport.

Vår frågeställning är följande:

- Vad redovisas i hållbarhetsrapporten?
- Hur har CSR-redovisningen utvecklats under 2000-talet?
- Hur skiljer sig redovisningen av CSR åt mellan olika branscher?

**Syfte:** Att studera förändringen av CSR-redovisning hos ett företag inom finansbranschen och ett inom fordonsindustrin samt redogöra för likheter och skillnader dem emellan.

**Avgränsningar:** Vi utgår från ett externt perspektiv i studien och inriktar oss därför på hur företagen redovisar sitt CSR-arbete i sina hållbarhetsrapporter. Vidare är studien avgränsad till ett företag inom varje bransch då vi vill få möjlighet att analysera utvecklingen inom dessa mer ingående. De utvalda företagen är Volvo och Swedbank då detta är stora företag i Sverige inom respektive bransch och de har relativt välutvecklade hållbarhetsrapporter.

**Metod:** Vi har gjort en kvalitativ undersökning av Volvos och Swedbanks hållbarhetsrapporter, för att se utvecklingen av CSR-redovisningen i dessa företag under 2000-talet. Utgångspunkten för analysen har varit en framtagen checklista, vilken ska försäkra oss om att analysen utförs på samma sätt i båda företagen.

**Resultat och slutsatser:** I vår studie har vi kommit fram till att det finns både likheter och skillnader mellan branscherna. Volvo har utökat sina rapporter och använder sig av mycket bilder medan Swedbanks hållbarhetsrapporter minskat i omfattning för varje år. Volvo fokuserar på miljö och säkerhet i sina hållbarhetsrapporter medan Swedbanks CSR-arbete riktar in sig mest på samhället. Även de etiska aspekterna och miljöfrågor behandlas genomgående i bankens rapporter.

**Förslag till fortsatt forskning:** Det skulle vara intressant att intervjua företagen och se om de verkligen följer vad de skriver i rapporterna och hur de ser på CSR-frågor och dess utveckling. Då utvecklingen ständigt går vidare skulle det även vara intressant att göra om studien om några år. Man skulle då även kunna utöka jämförelsen med fler företag och även företag inom andra branscher.

<b>1 INLEDNING .....</b>	<b>1</b>
1.1 BAKGRUND.....	1
1.2 PROBLEMDISKUSSION.....	2
1.3 PROBLEMFÖRMULERING.....	3
1.4 SYFTE.....	3
1.5 AVGRÄNSNINGAR.....	3
1.6 STUDIENS BIDRAG.....	3
1.7 DISPOSITION.....	3
<b>2 METOD .....</b>	<b>5</b>
2.1 VAL AV UNDERSÖKNINGSMETOD.....	5
2.1.1 Deskriptiv och explorativ undersökning.....	5
2.2 INSAMLING AV DATA.....	5
2.3 URVAL AV FÖRETAG.....	6
2.4 STUDIENS GENOMFÖRANDE.....	6
2.5 METODKRITIK.....	7
2.5.1 Validitet.....	7
2.5.2 Reliabilitet.....	7
<b>3 TEORETISK REFERENS RAM .....</b>	<b>8</b>
3.1 CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY.....	8
3.1.1 Positiva röster om CSR.....	8
3.1.2 Negativa röster om CSR.....	9
3.2 GLOBAL REPORTING INITIATIVE.....	9
3.3 FN GLOBAL COMPACT.....	10
3.4 ISO- CERTIFIERINGAR.....	10
3.5 TEORI.....	11
3.5.1 Carrolls CSR-pyramid.....	11
3.5.2 Intressentteorin.....	13
3.5.3 Legitimitetsteorin.....	14
<b>4 EMPIRI.....</b>	<b>16</b>
4.1 FÖRENINGSSPARBANKEN, SENARE SWEDBANK.....	16
4.1.1 Hållbarhetsrapport 2001.....	16
4.1.2 Hållbarhetsrapport 2003.....	19
4.1.3 Hållbarhetsrapport 2005.....	21
4.1.4 Hållbarhetsrapport 2007.....	22
4.2 VOLVO.....	23
4.2.1 Hållbarhetsrapport 2000.....	23
4.2.2 Hållbarhetsrapport 2004.....	25
4.2.3 Hållbarhetsrapport 2007.....	27
<b>5 JÄMFÖRANDE ANALYS .....</b>	<b>30</b>
5.1 SWEDBANK.....	30
5.2 VOLVO.....	32
5.3 MELLAN BRANSCHERNA.....	33
<b>6 SLUTSATS .....</b>	<b>36</b>
6.1 SLUTSATS.....	36
6.2 SLUTDISKUSSION.....	37
6.3 FÖRSLAG TILL FRAMTIDA STUDIER.....	38
<b>REFERENS LISTA.....</b>	<b>39</b>

TRYCKTA KÄLLOR.....	39
INTERNET .....	40
<b>BILAGA .....</b>	<b>41</b>
CHECKLISTA.....	41

## **FIGURFÖRTECKNING**

FIGUR 1: CAROLLS CSR-PYRAMID.....	12
FIGUR 2: LÉPINEUX´S INTRESSENTMODELL.....	14
FIGUR 3: MODELL LEGITIMITETSTEORI.....	15

# 1 INLEDNING

---

*I följande avsnitt beskriver vi Corporate Social Responsibility och för en problemdiskussion kring detta ämne. Detta leder fram till en frågeställning, syftet med vår studie och vilka avgränsningar vi gjort. Slutligen visar vi vilken disposition uppsatsen följer.*

---

## 1.1 Bakgrund

Corporate social responsibility (CSR) består i huvudsak av tre delar:

- Etiskt ansvar
- Miljöansvar
- Socialt ansvar

Det etiska ansvaret innefattar arbetsförhållanden och krav på underleverantörer, det miljömässiga ansvaret handlar om påverkan på klimatet och det sociala ansvaret avser produktansvar och samhällspåverkan som ett företag har i samhället. I de moderna företagen lägger man ibland till en fjärde aspekt, nämligen den ekonomiska och syftar då framförallt på den långsiktiga ekonomiska lönsamheten. Det har sedan länge funnits ett ansvar från företagets sida gentemot de som är beroende av dem så som anställda, långivare och kunder. Detta ansvar har dock på senare tid utvidgats till ett vidare begrepp även utanför företaget. (Alrutz, 2008)

Det finns många olika definitioner av CSR, vi kommer dock att utgå från EU-kommissionens definition, vilken definierar CSR enligt följande: ”Ett begrepp som innebär att företagen på frivillig grund integrerar sociala och miljömässiga hänsyn i sin verksamhet och i sin samverkan med intressenterna, utöver vad lagen kräver”. (Löhman & Steinholtz 2003, s.13)

Värderingarna i samhället har förändrats från materiella till mer immateriella och är en av de bakomliggande faktorerna till att CSR har utvecklats i företagen. Denna förändring har även fått samhället att se på orättvisor och miljöförstöring med nya ögon. Det räcker inte längre i konkurrensen mot de andra företagen att ha den bästa produkten. Företagets ansvar och värderingar är också viktiga konkurrensfördelar. Mediernas framväxt har riktat större fokus mot företagen och allmänheten får i större utsträckning ta del av vad som händer i deras värld. Företagens intressenter får allt snabbare reda på om företaget handlat oansvarigt och kan då välja hur de vill ta ställning till detta. Kunderna är många gånger den största drivkraften bakom företagets CSR-arbete, då företagen måste visa att de står för värderingar som kunden kan identifiera sig med. Undersökningen FörebildsFöretaget Konsument 2002 som genomfördes med 940 svenskar mellan 16 och 70 år visar att många konsumenter väljer bort företag som uppträtt oetiskt och emot deras egna värderingar. Det kan vara företag som delar ut höga fallskärmar till sina chefer, tar ut oskäligen avgifter eller exploaterar människor i tredje världen. De företag som arbetar aktivt med CSR kan vinna konkurrensfördelar och större möjligheter att få lojala konsumenter, anställda och leverantörer. (Löhman & Steinholtz, 2003)

Den rapport där svenska företag redovisar sitt CSR-arbete kallas för hållbarhetsrapport. I denna rapport redovisas resultatet av arbetet med de ekonomiska, etiska, sociala och miljömässiga frågorna. Ofta förekommer också redovisning av värderingar och andra principer vilka är grunden för företagets agerande. (Löhman & Steinholtz, 2003) Sveriges Finansanalytikernas Förening (SFF) gick i oktober 2007 ut med en rekommendation till svenska bolag om att CSR-redovisningen antingen skulle utgöra en del av årsredovisningen eller

publiceras i en separat hållbarhetsrapport. Detta förväntas ha en stor inverkan på förhållningssättet till redovisning av CSR i Sverige. (Larsson & Ljungdahl, 2008)

Sverigerapporten som varje år publiceras av FAR SRS, organisationen för revisions- och redovisningsbranschen, beskriver hur CSR-redovisningen har utvecklats i svenska företag under det gångna året. Enligt Sverigerapporten (2007) är hållbarhetsredovisning i svenska börsföretag fortfarande ovanligt även om det blivit mer och mer vanligt de senaste åren. (Löhman & Steinholtz, 2003)

Det finns skillnader mellan branscherna när det gäller redovisning av CSR. Inom många delar av industrisektorn är CSR-redovisningen långt framme medan den inom exempelvis banksektorn inte kommit lika långt i sin utveckling. Från och med i år kräver den svenska regeringen hållbarhetsredovisning från de statligt ägda företagen. Detta ihop med kraven från bland annat konsumenterna kommer leda till att hållbarhetsredovisningen ökar mer och mer även i framtiden. (Larsson & Ljungdahl, 2008)

## **1.2 Problemdiskussion**

Sedan tjugo år tillbaka har många företag publicerat miljöredovisningar. Dessa har successivt förändrats. I början var de svåröverskådliga, innehöll många bilder och kändes som ännu ett sätt för företagen att göra reklam. Idag är de flesta rapporterna mer sakliga och går att jämföra inom branscherna. Det var heller inte många år innan miljöredovisningarna började publiceras som de flesta företagsledarna ansåg att miljöfrågan inte kunde redovisas. Företagens miljöanpassning har nu blivit en naturlig del av verksamheten och utvecklats till ett vidare begrepp som innefattar hållbarhet med omfattande sociala aspekter. (Larsson & Ljungdahl, 2008)

CSR-redovisning har blivit ett allt hetare ämne de senaste åren vilket också har lett till att media har uppmärksammat ämnet på ett helt annat sätt än tidigare. Uppmärksamheten i media har gjort att kunderna fått en bättre insyn i företagen och därigenom börjat ställa allt större krav på företagen att ta ställning till de konsekvenser som deras verksamhet har på omvärlden.

Att redovisningen av CSR fortfarande är frivillig för företagen innebär att de själva kan välja hur de vill arbeta med etiska-, sociala-, ekonomiska- och miljöfrågor. Det är fortfarande många företag som inte har någon hållbarhetsredovisning även om det har ökat bland börsbolagen de senaste åren. De som arbetar aktivt med CSR-frågor redovisar ofta detta i form av hållbarhetsrapporter, men vad innehåller egentligen dessa rapporter?

Många företag har fortfarande ingen CSR-redovisning medan andra arbetar med dessa frågor utan att redovisa det i hållbarhetsrapporter. Även mellan de företag som aktivt arbetar med CSR-frågor och redovisar dessa kan finnas stora skillnader i hur långt utvecklingen av CSR-redovisningen har kommit. Skillnaderna kan också bero på i vilken bransch företaget verkar inom. Industribranschen är den bransch som i de flesta fall ligger långt fram i utvecklingen av sina hållbarhetsrapporter medan finansbranschen överlag är långt bakom i utvecklingen. Vi finner det därför intressant att undersöka dessa branschers CSR-redovisning närmare.

### **1.3 Problemformulering**

Problemdiskussionen ovan leder fram till följande frågeställningar:

- Vad redovisas i hållbarhetsrapporten?
- Hur har CSR-redovisningen utvecklats under 2000-talet?
- Hur skiljer sig redovisningen av CSR åt mellan olika branscher?

### **1.4 Syfte**

Syftet med studien är att över tid se förändringen i redovisning av CSR hos ett företag inom finansbranschen och ett företag inom fordonsindustrin och redogöra för de likheter och skillnader som finns mellan dem.

### **1.5 Avgränsningar**

Vi avser att göra en fallstudie av Volvos och Swedbanks CSR-redovisning genom att studera deras hållbarhetsrapporter. Uppsatsen är avgränsad till ett företag inom varje bransch då vi vill få möjlighet att analysera utvecklingen inom dessa mer ingående. De branscher vi valt att begränsa oss till är finansbranschen och fordonsindustrin. Inom finansbranschen kommer vi att analysera Swedbank och inom fordonsindustrin kommer vi att analysera Volvo (Personvagnar).

Då vi utgår från ett externt perspektiv av CSR-redovisning i uppsatsen inriktar vi oss på hur företagen redovisar CSR i sina hållbarhetsrapporter. Företagen började med separata hållbarhetsrapporter under början av 2000-talet och därför avgränsar vi oss i vår studie till utvecklingen av CSR-redovisningen från år 2000 till år 2007. Swedbank integrerade dock hållbarhetsredovisningen i deras årsredovisning från och med år 2003. I Swedbank kommer år 2001, 2003, 2005 och 2007 att analyseras medan, år 2000, 2004 och 2007 kommer att analyseras i Volvo då det mellan dessa år inte skett några stora förändringar i deras hållbarhetsredovisning. Vi avser slutligen inte att granska hur de utvalda företagen följer de lagar som finns i de länder de verkar i.

### **1.6 Studiens bidrag**

Denna studie är ämnad att ge andra företag inom samma eller andra branscher insikt i hur två stora företag arbetar med frågor inom etiskt, socialt/samhälleligt, ekonomiskt och miljöansvar och inspirera dessa till att själva arbeta för en hållbar utveckling. Denna uppsats kan även komma till användning för studenter som vill undersöka liknande områden.

### **1.7 Disposition**

#### **INLEDNING**

I följande avsnitt beskriver vi Corporate Social Responsibility och för en problemdiskussion kring detta ämne. Detta leder fram till vår frågeställning, syftet med vår studie och vilka avgränsningar vi gjort. Slutligen visar vi vilken disposition uppsatsen följer.

#### **METOD**

I detta kapitel redogör vi för metoden vi använt oss av vid genomförandet av vår studie. Vidare diskuterar vi urvalet av företag och kritik av vår metod.



### ***TEORI***

I denna del av uppsatsen presenterar vi information om CSR och redogör för positiva och negativa röster om ämnet. Vi beskriver de riktlinjer och ISO-certifieringar som berör vår studie och avslutar med att diskutera Carrolls CSR-pyramid samt intressent- och legitimitetsteorin.

### ***EMPIRI***

I empiriavsnittet sammanfattar vi informationen från företagens hållbarhetsrapporter utifrån vår checklista. Vi beskriver varje år för sig uppdelat under rubrikerna etiskt ansvar, miljöansvar, socialt/samhälleligt ansvar och ekonomiskt ansvar.

### ***ANALYS***

I detta kapitel kopplar vi samman informationen i empirin med teorierna. Vi beskriver hur utvecklingen av CSR-redovisning har sett ut i respektive företag under 2000-talet och hur redovisningen skiljer sig åt mellan företagen.

### ***SLUTSATS***

I det sista avsnittet av uppsatsen utgår vi från vår problemformulering och presenterar vad vi kommit fram till i vår studie. Avslutningsvis ger vi förslag till framtida studier inom området.

## 2 METOD

---

*I detta kapitel redogör vi för vilken metod vi använt oss av vid genomförandet av vår studie samt diskuterar urvalet av företag och kritik av vår metod.*

---

### 2.1 Val av undersökningsmetod

Det finns två typer av undersökningsmetoder att använda sig av vid genomförandet av en studie, kvantitativ och kvalitativ. Den kvantitativa metoden utgår från att man mäter någonting för att beskriva eller förklara en viss företeelse. När syftet är att förklara mäter man framförallt sambandet mellan de olika egenskaperna och det handlar i huvudsak om att testa hypoteser. Då syftet istället är att beskriva handlar det om att kvantitativt beskriva och mäta företeelsen. (Lundahl & Skärvad, 1999)

De kvalitativa undersökningarna utgår främst från vad människor sagt, skrivit, tänkt och gjort. Fallstudier är ett vanligt tillvägagångssätt inom den kvalitativa inriktningen då man vill få en djupare förståelse för det fenomen man undersöker. I denna typ av studie är det ofta lämpligt att följa utvecklingen och förändringen av det fenomen, i detta fall CSR-redovisning, som studeras. (Lundahl & Skärvad, 1999)

I vår studie vill vi undersöka företagens CSR-redovisning och dess utveckling ingående. Vi vill inte bilda oss en generell uppfattning om vad alla företag i branschen tar med i sin CSR-redovisning. Vi väljer därför att utgå från en kvalitativ ansats. En checklista har utformats som ett analysverktyg för att lättare kunna studera hållbarhetsrapporternas upplägg och relevanta delar för arbetet. Genom denna metod hoppas vi kunna se skillnaderna från år till år och lättare jämföra företagen med varandra.

#### 2.1.1 Deskriptiv och explorativ undersökning

Hur mycket man vet om ett problemområde innan studien påbörjas gör att undersökningen klassificeras på olika sätt. Den deskriptiva undersökningen beskriver antingen ett förhållande i dåtid eller ett i nutid. Dessa undersökningar begränsar sig också till att detaljerat och grundligt studera vissa delar av valt problemområde. De beskriver ofta också samband mellan olika delar av området. När en studie är deskriptiv finns det dessutom redan viss kunskap som i vissa fall kan ha börjat systematiserats i modeller. (Patel & Davidsson, 1994)

Vid den explorativa undersökningen saknas viss kunskap och studien blir därför utforskande. Syftet med denna undersökning är att få fram så mycket kunskap som möjligt inom ett visst problemområde. Utefter detta försöker man sedan att allsidigt belysa problemområdet och ofta används flera tekniker för att samla in den information som behövs för att genomföra studien. (Patel & Davidsson, 1994)

Då CSR-frågor är ett område där det har genomförts ett flertal studier finns det redan mycket kunskap i ämnet. I vår studie avser vi att beskriva hur utvecklingen av CSR-redovisning har sett ut under 2000-talet och därför kommer vi att genomföra en deskriptiv undersökning.

### 2.2 Insamling av data

Vid insamling av information till en studie finns exempel på flera tänkbara tillvägagångssätt. Exempelvis kan vi titta i befintliga dokument, göra observationer eller intervjuer. (Patel och

Davidsson, 1994) När man samlar in materialet skiljer man på om det är primärdata eller sekundärdata som ska ligga till underlag för studien. Primärdata är material som författaren själv har samlat in och som är avsedd för just den studien. Sådan information inhämtas vanligen via intervjuer, enkäter och observationer. Sekundärdata är information som redan finns dokumenterad i form av exempelvis böcker, årsredovisningar och mötesanteckningar. Denna typ av material är information som inte är framtagen för just denna studie. (Lundahl & Skärvad, 1999)

Den data som vår referensram kommer att utgå ifrån är sekundärdata i form av läroböcker, vetenskapliga artiklar från bibliotekets databaser samt Internet. Vår analys grundar sig även den på sekundärdata i form av företagets hållbarhetsrapporter. Anledningen till att vi valt att inrikta oss på deras hållbarhetsrapporter är att vi utgår från ett externt perspektiv och ser till den information som finns tillgänglig för företagets intressenter. Hållbarhetsrapporterna är också lämpliga då vi avser att studera hur företagets CSR-redovisning har utvecklats över tiden.

### ***2.3 Urval av företag***

Vi har valt att studera två branscher som verkligen skiljer sig ifrån varandra i många avseenden. Därför blir det intressant att undersöka om man även fokuserar på olika perspektiv inom CSR i de olika branscherna. Dessa branscher valdes då industriföretagen länge har arbetat med både miljörapporter och hållbarhetsredovisning medan bankväsendet generellt ligger långt efter. I vår studie har vi valt att analysera Swedbank eftersom det är ett stort företag inom finansbranschen och Volvo som är ett av de större företagen inom fordonsindustrin i Sverige. Vi valde Swedbank och Volvo då båda dessa företag valde att skilja sin CSR-redovisning från årsredovisningen i början av 2000-talet. Många andra företag redovisar inget CSR-arbete eller har fortfarande kvar det som en del av årsredovisningen. Swedbank valde dock år 2003 att åter integrera CSR-redovisningen som en del av årsredovisningen. Både Swedbank och Volvo har relativt utförliga hållbarhetsrapporter och ligger förhållandevis långt fram på detta område och kan således ge oss den information vi behöver för att kunna utföra vår studie.

### ***2.4 Studiens genomförande***

Vi började denna studie med att övergripande studera Swedbanks och Volvos hållbarhetsrapporter. Genom att titta på hur rubriker och liknande såg ut och skiljde sig åt från år till år valde vi sedan ut de år som var lämpliga för respektive företag att analysera i vår studie. Då det i Volvo inte skett några stora förändringar i hållbarhetsrapporterna mellan åren valde vi att analysera år 2000, 2004 och 2007. I Swedbank däremot fanns det något större skillnader, speciellt sedan deras hållbarhetsrapport blev en del av årsredovisningen 2003, och vi har därför valt att analysera fler år i Swedbank än i Volvo. De år som valdes ut för analys var därför 2001, 2003, 2005 och 2007. För att vara säkra på att vi analyserar samma saker i både Swedbank och Volvo och i hållbarhetsrapporterna för de olika åren utgick vi från den checklista (se bilaga) som vi tagit fram när vi studerade rapporterna. När vi sedan hade valt ut de år som skulle analyseras fördelade vi materialet. Vi tog var sitt företag och studerade noggrant deras hållbarhetsrapporter för att se om det har skett några förändringar i rapporterna under 2000-talet och om CSR-redovisningen har utvecklats. Efter en noggrann analys bytte vi material och studerade det andra företagets hållbarhetsrapporter för att försäkra oss om att inget viktigt i rapporterna hade utelämnats i empirin. Därefter analyserade vi de skillnader och likheter mellan åren som kom upp när vi studerade företagets hållbarhetsrapporter och

kopplade samman dessa med våra teorier. Vi övergick sedan till att analysera dessa likheter och skillnader som uppstår mellan företagens hållbarhetsrapporter, då dessa är i olika branscher.

## **2.5 Metodkritik**

Vid genomförandet av vår studie måste vi försäkra oss om att undersökningen genomförs på ett tillförlitligt sätt. Detta spelar dock ingen roll om vi inte mäter det vi avser att mäta. (Patel & Davidsson, 1994) Vid insamlingen av informationen till studien är kritisk granskning ett viktigt moment för att kunna avgöra om informationen är giltig och hur tillförlitlig den är. (Bell, 2000)

### **2.5.1 Validitet**

Att ha en hög validitet i sin undersökning innebär att man med hjälp av sina mätinstrument mäter det man avser att mäta och att studien inte innehåller några systematiska mätfel. Det finns två typer av validitet, inre och yttre. Med inre validitet syftar man till att det instrument man mäter med verkligen mäter det man avser att mäta och att den operationella och teoretiska definitionen stämmer överrens. Det är dock i de flesta fall inte möjligt att uppnå 100-procentig inre validitet. Den yttre validiteten syftar till hur väl den valda indikatorn överrensstämmer med det förhållande som vi försökte bedöma. (Lundahl & Skärvad, 1999)

Vi använder oss av företagens hållbarhetsrapporter för att se hur utvecklingen av deras CSR-redovisning har sett ut. Dessa rapporter är frivilligt framtagna av företagen själva och redovisar hur de arbetar med de olika delarna inom CSR. När vi analyserar dessa kommer vi utgå från en checklista som baserar sig på vår problemformulering för att öka sannolikheten att vi analyserar det vi är ute efter att undersöka.

### **2.5.2 Reliabilitet**

En undersökning med god reliabilitet har få slumpmässiga mätfel och den påverkas inte av vem som gjort studien eller under vilka omständigheter. Om ett mätinstrument används på ett felaktigt sätt kan det bli värdelöst och man försöker därför höja reliabiliteten genom att utföra mätningen på samma sätt. Därför är reliabilitet en förutsättning för validitet. (Lundahl & Skärvad, 1999)

För att öka vår studies reliabilitet använder vi oss av företagens hållbarhetsrapporter och granskar dessa utifrån en framtagna checklista. Detta för att öka möjligheterna för att någon annan skulle få ett liknande resultat om de skulle genomföra analysen av hållbarhetsrapporterna utifrån vår checklista vid ett senare tillfälle. Vi kan dock inte bortse från subjektiva bedömningar och tolkningar av dokumenten vilket vi hoppas kunna förbättra genom att vi var för sig granskar hållbarhetsrapporterna.

## **3 TEORETISK REFERENSRAM**

---

*I följande kapitel presenterar vi mer information om CSR och redogör för positiva och negativa röster om ämnet. Vi beskriver de riktlinjer och ISO-certifieringar som berör vår studie och avslutar med att diskutera intressent- och legitimitetsteorin.*

---

### **3.1 Corporate social responsibility**

CSR är ett omfattande begrepp som under de senaste åren börjat användas flitigt inom näringslivet. Den vanligaste svenska översättningen är ”företagens sociala ansvar”. Detta anser inte Löhman och Steinholtz (2003) är tillräckligt för att få med alla delarna i begreppet och anser därför istället att CSR kan ses som en kombination av sustainability, corporate accountability och corporate governance. Sustainability beskriver hur man ska balansera de sociala, ekonomiska och miljöfrågorna världen över för långsiktig överlevnad, medan corporate accountability fokuserar på företagets trovärdighet och corporate governance visar hur företagen sköts i form av exempelvis öppenhet. Sammantaget ger detta begreppet en vidare omfattning.

Det ansvar som företagen har gentemot ägare, kunder och anställda ses som självklart medan det kan råda delade meningar om ansvaret inför samhället. Löhman och Steinholtz (2003) menar att företagen både har och tar samhällsansvar då de skapar arbetstillfällen, betalar skatt och både producerar och distribuerar varor och tjänster.

Att redovisning av CSR i de flesta fall är frivillig påverkar hur företaget kommunicerar och vad det är som kommuniceras i deras hållbarhetsrapporter. Ett företag som känner att de har ett ansvar för sin verksamhet kommer att redovisa detta oavsett vad det finns för regler. Många företag har också en vision eller mission som beskriver hur företaget förhåller sig till värderingar och samhället i ett större perspektiv. (Löhman & Steinholtz, 2003) Dock är CSR-redovisningen inte alltid frivillig. I slutet av 2007 fattade svenska regeringen som första regering i världen ett beslut om att alla statligt ägda företag från och med 2009 måste publicera både finansiellredovisning och en oberoende granskad hållbarhetsredovisning som är producerad enligt Global Reporting Initiatives (GRI) riktlinjer. (Larsson & Ljungdahl, 2008)

Granskning av hållbarhetsrapporter av en oberoende part utanför företaget är i Sverige än så länge relativt ovanligt även om detta har ökat de senaste åren. Denna trend förutspås fortsätta då både GRI och SFF har kommit med rekommendationer om oberoende granskad hållbarhetsredovisning. Redovisningsbyråerna använder sig av FAR SRS standard RevR 6 ”Oberoende granskning av frivillig separat hållbarhetsredovisning” när de granskar svenska bolags hållbarhetsrapporter. När denna standard kom 2004 var det den första nationella standarden i världen. Den uppdaterades 2006 för att stämma överrens med den internationella standarden för granskning av hållbarhetsredovisning. EU:s moderniseringsdirektiv har också infört i årsredovisningslagen att förvaltningsberättelsen i börsnoterade företag även ska innehålla icke-finansiell information som är relevant för att förstå företagets utveckling, ställning och resultat. (Larsson & Ljungdahl, 2008)

#### **3.1.1 Positiva röster om CSR**

Craig Smith (2003) menar att debatten inom CSR har skiftat. Det är inte längre en fråga om företagen ska arbeta med CSR, utan hur de ska göra det. Enligt honom är CSR-arbetet ett sätt för företagen att skilja sig åt från sina konkurrenter och vinna konkurrensfördelar gentemot

dessa. Många människor i samhället väljer idag vilken affär de handlar i eller vilket företag de arbetar åt efter hur väl detta företag delar deras egna värderingar. Det finns fall då konsumenter och leverantörer bojkottar företag som inte tagit sitt samhällsansvar.

Företagen har varit med och skapat flera av de problem som finns i samhället och det ligger i deras intresse att ta ett ansvar för att återställa dessa om de även i fortsättningen vill verka i ett väl fungerande samhälle. Från samhället finns det många förväntningar på företagen och om de inte arbetar med dessa frågor långsiktigt kommer istället regeringen och staten att införa regleringar på området som de då måste följa. Det är då bättre och mindre kostsamt för företagen att ligga steget före och jobba i förebyggande syfte än att behandla de problem som kan uppkomma i efterhand. Inom företagen finns också mycket kompetens och möjligheter att lösa flera av de sociala problem som andra i samhället misslyckats med att reda ut. Vissa av dessa problem är det i slutändan bara företagen som kan lösa, såsom att skapa en rättvis arbetsplats och producera säkra produkter. (Carroll & Buchholtz, 2006)

En annan fördel med att arbeta aktivt med CSR är att företagen kan öka lönsamheten och samtidigt bidra till samhället. Det är det långsiktiga arbetet som lönar sig och marknaden uppmärksammar inte det kortsiktiga såsom sponsring eller enstaka doneringar. CSR kan även hjälpa till att förbättra företagets rykte, vilket attraherar och motiverar bra personal och ökar värdet på företagets varumärke och goodwill. (Falck & Heblich, 2007)

### **3.1.2 Negativa röster om CSR**

Frankental (2001) menar att CSR är ett vagt begrepp som därför inte betyder någonting för någon. Han anser att det har kommit till som en PR-uppfinning, vilket bland annat bevisas av att arbetet med CSR vanligen bedrivs på en avdelning för externa affärer eller liknande. Han menar vidare att CSR även fortsättningsvis kommer att vara en PR-uppfinning om inte alla företagets intressenter omfattas av CSR-arbetet och inte bara aktieägarna. Det skulle belönas av marknaden och ge företaget en vinstökning.

Även Carroll och Buchholtz (2006) tar upp flera argument mot CSR:

- Företagen är inriktade på att tjäna pengar och har inte de kunskaperna som krävs för att behandla CSR-frågor. Om företagsledarna skulle ta hand om dessa frågor skulle det verkliga syftet med att driva företaget frångås.
- Företagen behöver höja priserna på sina produkter då de inkluderar det sociala ansvaret i sina kalkyler, vilket gör det svårare för dem att konkurrera på en global marknad.

### **3.2 Global Reporting Initiative**

GRI är ett ramverk som hjälper företagen i deras arbete med socialt, ekonomiskt och miljömässigt ansvar. Deras riktlinjer är de mest använda i hållbarhetsredovisningar i Sverige, där Swedbank och Volvo är två av de företag som använder sig av dessa. År 2000 publicerades den första versionen av GRI:s riktlinjer och i samband med detta kom även ett femtiotal företag ut med en hållbarhetsredovisning enligt dessa. Den andra versionen kom 2002 och efter att ha utvecklat vägledningar för specifika indikatorer och branschanpassade supplement lanserades den tredje versionen i oktober 2006. Intresset för GRI:s riktlinjer har ökat sedan år 2000, användarna blir allt fler och 2006 publicerade 850 företag runt om i världen GRI-baserade hållbarhetsredovisningar. GRI arbetar för att hållbarhetsredovisning på

lång sikt ska bli lika standardiserad och accepterad som den finansiella redovisningen och kommer därför att fortsätta att utveckla riktlinjerna. Några som driver på och argumenterar för att företagen ska använda sig av de riktlinjer som GRI ger ut är svenska regeringen, Sveriges Finansanalytikers Förening och FAR SRS. De verkar även för att redovisningen av CSR ska bli både oberoende och kvalitetssäkrad. (Larsson & Ljungdahl, 2008)

GRI:s riktlinjer innehåller vägledning om rapporteringen i form av detaljerade principer för att definiera rapportens innehåll och kvalitet. Rapporteringen består av två delar, där den första tar upp principerna om innehållet, kvaliteten och vägledning i hur man ska avgränsa sin rapport och den andra delen tar upp standardredovisning. Det finns tre typer av standardredovisning: strategi och profil, ledningens inställning och prestationsindikatorer. Dessa riktlinjer är ett utförligt ramverk som företagen själva kan välja om de vill använda hela eller delar av. Den tredje versionen av riktlinjerna kan rapporteras enligt tre nivåer: A, B och C, där A är den mest omfattande nivån. Vilken nivå företaget väljer att rapportera efter ska finnas med i hållbarhetsrapporten. En hållbarhetsrapport kan användas till att benchmarka, demonstrera hur företaget mött omgivningens förväntningar på deras arbete med hållbarhet och att jämföra företags arbete över tiden eller med andra företag. (Global Reporting Initiative, 2008)

### **3.3 FN Global Compact**

År 2000 lanserades Global Compact efter ett initiativ från FN, som hade som mål att få världens företag att hjälpa till att skapa en hållbar utveckling. Global Compact består av tio principer inom områdena mänskliga rättigheter, miljö, arbetsförhållanden och antikorrupcion. Dessa principer kan ses som en grundläggande policy för det globala näringslivet och genom att företagen använder dessa tio principer i sin verksamhet bidrar de till en hållbar utveckling. (Löhman & Steinholtz, 2003) Idag följer drygt tretusen företag Global Compacts principer om ansvarsfullt företagande och har förbundit sig att redovisa detta arbete i en hållbarhetsredovisning. (Larsson & Ljungdahl, 2008)

### **3.4 ISO- certifieringar**

International Organization for Standardization (ISO) är världens största utvecklare av internationella standards. Organisationens standarder är frivilliga och fungerar som en länk mellan den privata sektorn och allmänheten. (International Organization for Standardization, 2008a) De ISO-certifieringar som berörs i vår uppsats är ISO 14001, ISO 9001 och ISO 26000.

#### *ISO 14001*

ISO 14001 är den vanligaste standarden för miljöledning och innehåller detaljerade regler för hur organiseringen av företaget ska ske i förhållande till dess miljösituation. Att följa denna standard kan leda till att verksamheten certifieras, vilket sker av oberoende part. Att ett företag är certifierat enligt ISO 14001 innebär inga krav på extern rapportering men däremot visas processer som tidigare varit dolda i verksamheten. (Bergström, Catasús & Ljungdahl, 2002) Genom att använda ISO 14001 blir det lättare att kommunicera miljömålen utåt och att fördela ansvaret så att företaget kan nå upp till sina miljömål. Hela grunden i detta miljöledningssystem är att företaget följer de miljölagar som finns och därefter utformar sin egen miljöpolicy. Att vara certifierad enligt ISO 14001 innebär att företaget har ett krav på sig att dokumentera det miljöarbete som utförs och sedan kontinuerligt uppdatera detta. Sverige

är det land som har flest miljöcertifierade företag per invånare men det är viktigt att komma ihåg att företagen kan arbeta utifrån ISO 14001 utan att vara certifierade. (Nutek, 2007)

### *ISO 9001*

ISO 9001 är ett kvalitetsstyrningssystem som innehåller riktlinjer för hur kvalitén ska säkerställas. Detta system kan användas av alla företag oavsett verksamhet och företaget kan själva välja om de vill certifieras. Att använda sig av ISO 9001 är ett sätt för företaget att arbeta med dess processer så att produkterna håller likadan kvalitet genomgående. (International Organization for Standardization, 2008b) Att certifieras innebär att en oberoende part har granskat och godkänt företagets verksamhet, samt intygar att den kontinuerligt bedrivs enligt standarden. Denna standard fokuserar på de åtta så kallade ledningsprinciperna: kundfokus, engagemang, ledarskap, systemriktning, processriktning, ständiga förbättringar, leverantörsrelationer och faktabaserade beslut. Grunden i hela systemet är att hela tiden arbeta för förbättring och på så sätt fokusera på att öka andelen nöjda kunder. Då alla har möjlighet att vara delaktiga i detta system leder det till att både ledningen och medarbetarna gemensamt arbetar mot företagets mål. (BMG Trada Certifiering, 2008)

### *ISO 26000*

ISO har börjat utveckla en ny standard tillsammans med näringslivet som beräknas vara färdig 2010, ISO 26000. Standarden ger riktlinjer för socialt ansvarstagande och kommer även denna att vara frivillig att använda. (International Organization for Standardization, 2009) Syftet med denna standard är att underlätta för företagen i deras arbete med socialt ansvarstagande, vilket i sin tur ska bidra till bättre arbetsvillkor. Användandet av standarden kommer också att göra det lättare att jämföra arbetet med socialt ansvarstagande mellan företag. (SIS, 2009)

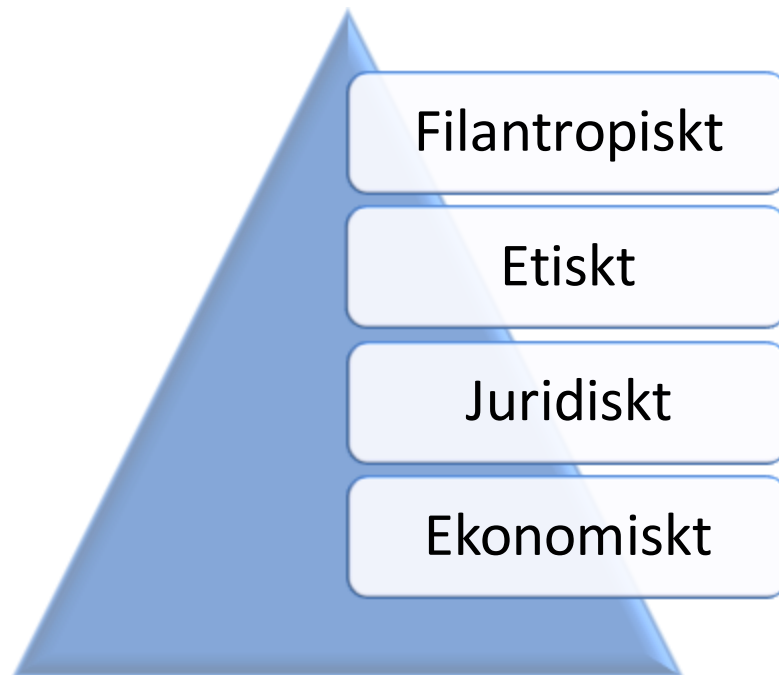
## **3.5 Teori**

Här presenteras teorierna vilka sedan ligger till grund för vår analys av företagen. CSR-pyramiden förklarar de olika nivåerna av ansvarstaganden när det gäller CSR-arbete. Den hjälper oss att se på vilket plan de studerade företagen tar sitt ansvar. Intressentteorin ger oss en grund till förhållandet mellan företaget och dess intressenter. Intressenterna är en viktig drivkraft bakom företagets CSR-arbete och det är därför viktigt att få en inblick i vilka dessa är och hur de förhåller sig till företagen och varandra. Legitimitetsteorin kompletterar intressentteorin och förklarar hur företagen legitimerar sig gentemot sina intressenter. Det är viktigt för företagets överlevnad att intressenterna finner företaget legitimt och delar deras värderingar.

### **3.5.1 Carrolls CSR-pyramid**

Carroll anser att det finns fyra olika delar som utgör och avspeglar olika nivåer av ansvarstagande som tillsammans ska utgöra helheten. De olika delarna utgörs av: Ekonomiskt ansvar, Juridiskt ansvar, Etiskt ansvar och Filantropiskt ansvar. För att illustrera detta har Carroll använt sig av en pyramid som modell, *se figur 1*. Basen i pyramiden är det ekonomiska ansvaret, som följs av det juridiska ansvaret, därefter följer det etiska ansvaret och högst upp kommer det filantropiska ansvaret som är den högsta nivån av ansvarstagande enligt denna modell. (Carroll & Buchholtz, 2006)





**Figur 1.** Carrolls CSR-pyramid, Carroll (1991).

#### *Ekonomiskt ansvar*

Det ekonomiska ansvaret utgör grunden i pyramiden och avser att företaget ska vara lönsamt och maximera dess vinst. Det handlar om att producera och sälja varor och tjänster som kunderna behöver, till ett pris som de anser avspeglar dess rätta värde. Detta leder till att företaget genererar vinst och säkrar deras fortlevnad och kan ge någonting tillbaka till dem som har investerat i företaget. Om företaget inte genererar någon vinst kommer de heller inte att överleva någon längre tid, vilket gör det viktigt att företaget sätter de ekonomiska aspekterna i första hand. Därför påverkar det ekonomiska ansvaret i första hand de ägare som har möjlighet att påverka vad som händer i företaget. Om företaget inte kan hålla sig flytande finansiellt kommer även de anställda att drabbas. (Carroll & Buchholtz, 2006)

#### *Juridiskt ansvar*

Därefter i pyramiden följer det juridiska ansvaret som innebär att företaget ska följa alla de lagar och regler som finns i det landet som det verkar i och som samhället förväntar sig att de ska följa. Detta för att skydda alla de intressenter som ett företag har. Tillsammans med det ekonomiska ansvaret utgör dessa två de grundläggande delarna i företagandet. Dock täcker inte lagarna hela samhällets förväntningar på hur ett företag ska agera. (Carroll & Buchholtz, 2006)

#### *Etiskt ansvar*

Det tredje planet av pyramiden består av företagets etiska ansvar som träder in för att uppfylla krav från omgivningen eller undvika handlingar som kan påverka företagets intressenter och samhället i stort negativt och som inte är reglerat i lag. Eftersom det inte är reglerat enligt lag är det upp till varje företag att själva göra vad de anser är etiskt rätt. Att definiera etiskt ansvar är svårt då detta ofta varierar från fall till fall men de senaste åren har kravet på

företagsledarna ökat och går ofta längre än vad det lagliga ansvaret innefattar. (Carroll & Buchholtz, 2006)

### *Filantropiskt ansvar*

Högst upp i pyramiden finns det filantropiska ansvaret, vilket är frivilligt och företagets eget val huruvida de vill engagera sig i sociala aktiviteter som inte är reglerade enligt lag eller förväntade ur ett moraliskt eller etiskt perspektiv. Allmänheten har dock ofta någon sorts förväntning på att företagen ska ta ett filantropiskt ansvar, vilket ses som en del av det sociala kontraktet mellan företaget och samhället. Filantropiskt ansvar innebär att företaget och dess anställda engagerar sig i volontärarbete, ger donationer eller på annat sätt verkar för att vara en god samhällsmedborgare och på så sätt förbättra livskvaliteten för andra. (Carroll & Buchholtz, 2006)

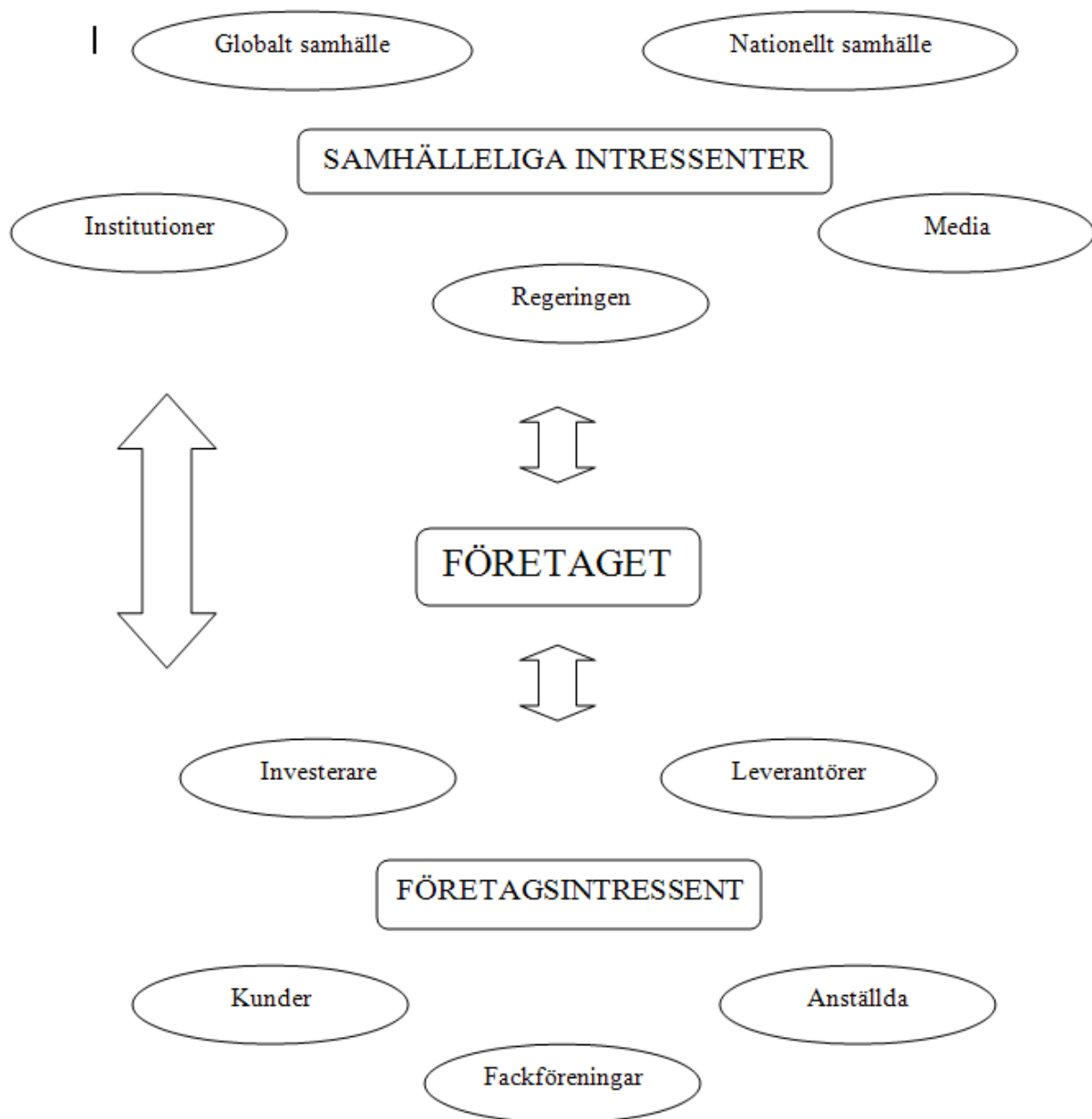
### **3.5.2 Intressentteorin**

Intressent är vårt svenska ord för stakeholder, men har dock inte har riktigt samma betydelse som det engelska begreppet. Även inom språken finns en mängd olika definitioner av dessa begrepp. Nationalencyklopedin (2008) definierar det svenska begreppet som en ”person som är engagerad och ekonomiskt intresserad i viss verksamhet eller visst företag”. Enligt det engelska ordet har däremot individen ett mer bindande förhållande till företaget. (Ljungdahl, 1999) Freeman (1984) utvecklade den ursprungliga definitionen då han i sin uppmärksammade bok gav den breda definitionen av intressenter som ”den grupp eller individ som påverkar eller påverkas av att ett företag når sina mål”.

Företagen har vanligen en nära relation till många av sina intressenter och mycket av deras framgång beror på hur väl dessa relationer sköts. (Boatright, 2003) CSR redovisningen sträcker sig som vi nämnt tidigare utanför vad lagen kräver, vilket är ett sätt för företagen att bygga upp och vårda dessa relationer. Även om CSR-arbete anses som frivilligt sker detta allt oftare med påtryckningar och krav från intressenterna och man brukar tala om ett implicit socialt kontrakt dem emellan. Företagen är i större utsträckning beroende av sina intressenter än tvärtom och det är viktigt för dem att upprätthålla en god relation.

Ofta skiljer man mellan primära och sekundära intressenter. De primära intressenterna ses vanligen som dem som har en direkt påverkan på företagets resultat, såsom kunder, leverantörer, anställda och ägare. De sekundära intressenterna däremot påverkar de primära intressenternas förhållande till företaget och kan utgöras av bland annat medier, frivillighetsorganisationer och fackföreningar. Då ett företag får mycket kritik är medierna och frivillighetsorganisationerna vanligen högt prioriterade medan de i andra tider flyttas ned i rangordningen av intressenter. (Löhman & Steinholtz, 2003)

Lépineux (2005) ser intressentteorin som ofullständig och anser att den behöver utvidgas. Detta visar han i sin intressentmodell där han pekar på förhållandet mellan företaget och dess intressenter och även intressenterna emellan. Han delar upp intressenterna i samhällliga och företagsintressenter. De samhällliga intressenterna har ett intresse i hela samhället medan företagsintressenterna däremot ofta är engagerade i ett visst företag och dess relationer. I *figur 2* nedan kan ni se intressenternas relationer med företaget och även med varandra.

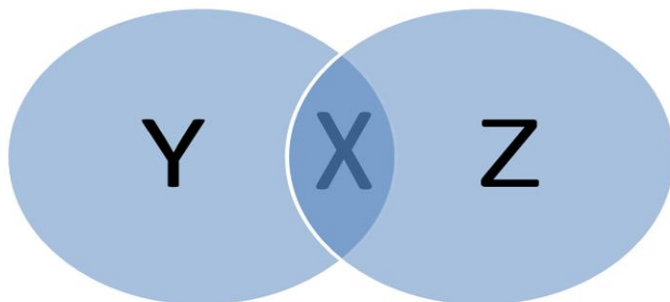


**Figur 2.** Vår egen version av Lépineux's intressentmodell, Lépineux (2005).

### 3.5.3 Legitimitetsteorin

Medan intressentteorin förklarar företagets relationer med dess intressenter så kompletterar legitimitetsteorin den med att förklara de strategier företaget använder för att legitimera sig gentemot sina intressenter. Legitimitet hänger nära ihop med värderingar och normer om vad som är rätt och riktigt. Det är de utomstående som bedömer att företaget är legitimt och på så vis godkänner dess handlande. (Ljungdahl, 1999) I *figur 3* nedan visas hur samhällets förväntningar och företagets agerande överlappar varandra och att det är det som anses vara legitimt. Y är de förväntningar samhället har på företaget och Z är det som företaget verkligen

gör. X är det område där samhällets förväntningar och företagets aktiviteter stämmer överens, alltså det som kan anses vara legitimt. Företagen strävar efter att detta område ska vara så stort som möjligt.



**Figur 3.** Modell legitimitetsteorin, O'Donovan (2002).

Legitimitetsteorin är en utökning av intressentteorin och innefattar även konflikt och maktutövning. Enligt denna teori kan företaget endast överleva om det samhälle de verkar i och deras intressenter upplever att företaget delar samma värdegrund som dem. (Gray, Owen & Adams, 1996) Då företagen anser att omgivningen inte uppfattar dem som legitima använder de sig av någon av följande strategier för att återupphålla detta:

- Informera intressenterna om företagets planer på att förbättra sitt beteende.
  - Försöka ändra intressenternas uppfattning om företagets beteende, utan att egentligen ändra detta beteende.
  - Distrahera uppmärksamheten bort från problemet genom att lyfta fram de positiva bitarna istället.
  - Försöka ändra intressenternas förväntningar på företaget.
- (Lindblom 1994 se Gray, Owen & Adams 1996)

Som vi kunde se i *figur 2* av intressenternas relationer ovan så påverkar även intressenterna varandra, vilket gör det viktigt för företaget att även bearbeta de intressenter som inte står dem närmast för att behålla sin legitimitet. (Ljungdahl, 1999)

## 4 EMPIRI

---

*I empiriavsnittet sammanfattar vi informationen från hållbarhetsrapporterna utifrån vår checklista. Vi beskriver varje år för sig uppdelat i rubrikerna etiskt ansvar, miljöansvar, socialt/samhälleligt ansvar och ekonomiskt ansvar. Informationen i empirin kommer uteslutande från Swedbanks och Volvos hållbarhetsrapporter från respektive år om inget annat anges.*

---

### 4.1 FöreningsSparbanken, senare Swedbank

FöreningsSparbanken bytte 2006 namn till Swedbank och sedan september 2008 verkar hela koncernen under detta namn. Företaget publicerade sin första separata rapport 2001, men sedan 2003 är den en del av Swedbanks årsredovisning. De lägger dock ut den som en fristående del på sin hemsida. Hållbarhetsrapporterna är framtagna utifrån GRI:s riktlinjer och 2002 valde banken att även ställa sig bakom Global Compacts principer. I början av 2008 implementerades en CSR-policy i hela koncernen som bygger på dessa principer om mänskliga rättigheter, arbetsvillkor, miljö och korruption. (Swedbank, 2008)

#### 4.1.1 Hållbarhetsrapport 2001

FöreningsSparbankens hållbarhetsrapport utgår från miljö, ekonomi och samhälle när de beskriver hur deras verksamhet jobbar med hållbarhet. De utgår från GRI:s riktlinjer, men rapporten är inte granskad av någon tredje part. Den inleds med en kort beskrivning om hur de arbetar med hållbarhet, vilken följs av en sida där VD:n och koncernchefen Birgitta Johansson-Hedberg berättar om organisationens samhällsansvar. Några utav de övriga områdena som tas upp i rapporten är:

- Deras intressenter och vilka strategiska nyckeltal de arbetar med inom hållbarhet.
- Hur de tar sitt samhällsansvar och vilka projekt de engagerar sig i.
- FöreningsSparbankens miljöpåverkan och miljöarbete.

Hållbarhetsrapporten består av totalt 32 sidor, vilket inkluderar framsidan och kontaktuppgifter i slutet. Av dessa 32 sidor innehåller 17 av dem bilder. I början och slutet av rapporten finns naturbilder medan de inne i rapporten visar bilder på chefer i företaget, samhället samt från deras företagsmiljö.

FöreningsSparbanken menar att de fyller en viktig roll i samhället, dels som ekonomisk rådgivare till många samhällsgrupper, men även som bank då dem genom att erbjuda investeringskapital bidrar till en väl fungerande samhällsekonomi. Banken rankades detta år som den bästa banken i Sverige och 14:e i världen när det gäller hållbarhetsarbete av Dow Jones Sustainability Index (DJSI), som bedömer världens 2000 största företag utifrån olika hållbarhetskriterier.

#### *Etiskt ansvar*

Banken vill att kunderna ska känna ett stort förtroende för dem, vilket gör att affärsetik och banksekretess är viktiga delar i företaget. Deras rådgivare certifieras inom sina områden för att garantera bra kvalitet och affärsområdena certifieras enligt ledningssystemet ISO 9001. Under 2001 har Robur, som förvaltar aktiefonder, utvecklat en modell för djupare etikanalys med utgångspunkt från FN:s förklaring om mänskliga rättigheter, Global Compact och Internationella arbetsorganisationens (ILO, vilket är FN:s fackorgan) åtta kärnkonventioner.

De har genomfört en analys gällande hur svenska börsnoterade företag arbetar med socialt ansvar, exempelvis hur de hanterar arbetsvillkor, diskriminering, hälsa och säkerhet och barnarbete. Denna kommer FöreningsSparbanken att använda sig av då de investerar åt företag som valt att placera utifrån etiska kriterier. Banken erbjuder även sina kunder etiska fonder, vilka förvaltas av Robur, vars fonder med miljö- och etisk inriktning utgör 1,6 procent av deras totala fonder. Fonderna genomgår en etisk analysmodell och de företag som tillverkar eller säljer vapen, krigsmateriel, tobak, alkohol eller är inblandad i kommersiell spelverksamhet väljs bort.

Banken anser att en stark värderingsgrund krävs för deras etikarbete. Under 2001 har företaget därför arbetat mycket med att förankra värderingsgrunden i deras organisation, vilket har lett till ett värderingsdokument som behandlats i Sveriges lokalstyrelser. Banken har flera regelverk att följa som ska hjälpa medarbetarna i situationer där de är osäkra. Etikregler och Etiska riktlinjer för bankens uppträdande på värdepappers och valutamarknaden är exempel på dessa regelverk i banken.

Under 2001 genomfördes 8000 utbildningstimmar av FöreningsSparbankens medarbetare och utbudet utökades med en licensieringsutbildning och akademiska utbildningar inom företagsekonomi och nationalekonomi. Detta år har också de anställdas övertid minskats med 40 procent mot föregående år vilket är ett resultat av att de fokuserat på att följa de riktlinjer som finns kring övertid. Banken har även inrättat en stödgrupp som är utbildad i krishantering, och vars uppgift är att ge stöd åt medarbetarna vid rån eller annan hotfull händelse.

Banken beskriver att de genom en bra arbetsmiljö, medbestämmande, jämställdhet, personalförbättringar och kompetensutveckling vill locka, utveckla och behålla kompetent personal. Under detta år har de även arbetat fram en ny medarbetarstrategi som fokuserar på mångfald. De arbetar även aktivt med jämställdhetsarbete, vilket dock kan förbättras då det fortfarande råder löneskillnader mellan män och kvinnor.

### *Miljöansvar*

Företaget jobbar med miljöfrågor integrerat i affärsverksamheten för att minimera sin negativa miljöpåverkan. De skiljer på företagets indirekta och direkta miljöpåverkan. I den indirekta miljöpåverkan ingår de handlingar företaget genomför som påverkar andra företags miljöarbete. Hit räknas deras produkter, vilka är särskilt inriktade på miljö, såsom WWF-kortet och miljöfonder. WWF-kortet återlanserades 2001 och kortavgiften går till Världsnaturfonden, vilket detta år bidrog med 614 000 kronor till Världsnaturfondens verksamhet. Miljöfonderna väljs ut efter en miljöanalysmodell med 21 miljökriterier, vilka det externa Miljö- och etikrådet ansvarar för och de företag som väljs ut är de miljöledande företagen inom varje bransch. I det indirekta miljöarbetet ingår även en miljöanalys som genomförs innan företaget godkänner krediter till företag och vid vissa placeringar, vilket kan påverka ett företags miljöarbete. Analysen består av två delar: miljömanagement som visar vilken insikt företagsledningen har i miljöfrågornas betydelse för affärerna och miljörisker. FöreningsSparbanken har även kontor i många städer och tillhandahåller flera av sina tjänster på Internet, vilket gör att många kunder inte behöver resa långt till bankkontoren och i många fall inte alls.

2001 blev FöreningsSparbanken i Nässjö som den första banken i Norden certifierade enligt ISO 14001. Banken har under året arbetat med att införa detta miljöledningssystem i övriga

organisationen, och ska certifieras enligt ISO 14001 i början av 2003. Deras direkta miljöpåverkan har identifierats i samband med arbetet av certifieringen. Hit räknas tjänsteresor och förbrukning av energi och papper. Dock har mängden av pappersinköp per anställd ökat med två tredjedelar. Miljöledningssystem ska sedan ligga till grund för att miljöarbetet utförs på ett affärsmässigt sätt genom att ansvaret fördelas och miljöinsatserna kontrolleras så att de även leder till affärsnytta. Under året har även en utbildning av personalen i miljöfrågor i form av en tävling ägt rum, där de fått lära sig hur arbetet med miljön är sammankopplat med lönsamheten och affärsverksamheten.

Banken erbjuder särskilda lån för de privatpersoner som avser att göra investeringar som hjälper miljön, vilket exempelvis kan vara byte till ett mer miljövänligt uppvärmningssystem. Dessa lån finns även för företag som avser att investera i projekt som minskar påfrestningar på miljön. I marknadskapitalmätningen från 2001 framgår det att miljö- och etiska aspekter har stor betydelse vid bedömning av banker. På frågan om kunderna anser att FöreningsSparbanken erbjuder produkter och tjänster med miljöprofil har 30 procent svarat ja av företagskunderna och 31 procent av privatkunderna svarat ja år 2001. Detta är inte en nämnvärd ökning eller minskning från de två föregående åren. Målet inför nästa år är att 25 procent ska anse att FöreningsSparbanken är den bank som tar bäst miljöansvar enligt Sifos Finansmonitorn.

#### *Socialt/samhälleligt ansvar*

Under VD:n har ordet med rubriken *Samhällsansvaret – en bärande roll i bankens affär* beskriver VD:n att de tar ett brett samhällsansvar. Hon menar att de alltid tagit samhällsansvar men att de nu också börjar bli bättre på att beskriva det. Enligt Finansmonitorns undersökning, vilket är en årlig undersökning inom finansbranschen, anses dem vara den bank som tar bäst samhällsansvar. Banken anser att de bidrar till den samhällsekonomiska utvecklingen genom att ha ett brett sortiment, ett stort kontorsnät och genom att investera i företag och ge dem krediter. FöreningsSparbanken använder sig av flera olika kontaktvägar där vissa är av de mer icke-traditionella slaget, såsom mobila enheter, Posten och banktjänster i butik. Banken anpassar erbjudande till olika kundgruppers behov då de ska vara en bank för alla och försöker nå ut till kunder i storstäder såväl som på glesbygden genom sina olika kontaktvägar. Banken har multikulturella kontor och utbildningsaktiviteter i olika språk för att nå ut till människor från olika kulturer. De vill även möta olika åldrars behov, vilket de gör genom att informera i skolor, utbilda unga arbetslösa och utbilda pensionärer i IT. För syn- och hörselskadade finns det särskild service såsom banken via telefon och Internet och handböcker i privatekonomi som talbok. FöreningsSparbanken anser att de sedan långt tillbaka har en folkbildarroll och engagerar sig därför i flera aktiviteter i samhället som bidrar till att fler grupper i samhället ska få ta del av kunskap då det gäller ekonomi. De visar även sitt samhällsengagemang genom sponsring av aktiviteter i samhället, stöd till forskning och deltar i u-landsprojekt för att hjälpa till att stimulera lokalt sparande.

FöreningsSparbankens intressenter är kunder, medarbetare, samhället och ägarna. När det gäller kunderna ska de vara en bank för alla och visa respekt för människors lika värde och integritet. Sedan 1996 har banken använt sig av ett system som kallas Kundloopen, genom vilket de vill få en dialog med kunderna. År 2002 avser de dock att ersätta detta system med ett nytt där både kunder och medarbetare kan lämna sina synpunkter och avvikelser i miljöledningssystemet kan behandlas.

FöreningsSparbanken engagerar sig i en rad projekt i Sverige där vi nedan valt att beskriva huvuddelen av dessa. Banken har tillsammans med LO drivit ett projekt för att öka IT-kunskapen hos medlemmarna. De har även utbildat PRO-medlemmar och glesbygdsvånare i Internetanvändande. Vidare har de deltagit i ett projekt som avser att lyfta fram framtida tillväxtpotentialer i de olika regionerna och utvecklingen i arbetslivet. Tillsammans med bland annat Turkiska Riksförbundet har de startat studiecirkel för att deltagarna ska få möjlighet att diskutera vardagsekonomin och bankväsendet. De har även utbildningar riktade till specifika grupper såsom skogs- och lantbrukare och kvinnor. I Östergötland har de tillsammans med Linköpings kommun arbetat med att integrera invandrare med akademisk bakgrund i arbetslivet. De blev även belönade under året med Malmö kommuns Mångfalds- och integrationspris för bland annat sin satsning på ett multikulturellt kontor i Rosengård där de anställda talar 14 språk.

Banken engagerar sig även utanför Sveriges gränser och beskriver några av dessa projekt i rapporten och några på hemsidan, vilket vi inte kan eller avser att ta del av. I Malawi har det genomförts en studie om hur de skulle kunna bilda spargrupper för att hjälpa varandra att få igång affärsverksamheter. De engagerar sig även i utvecklingen av Azerbajdzjans banksystem.

#### *Ekonomiskt ansvar*

FöreningsSparbanken avser att på lång sikt skapa en totalavkastning till sina aktieägare som ligger på samma nivå som de bästa finansiella företagen i Europa. Genom deras hållbarhetsarbete skapar de goda relationer med omvärlden och stärker varumärket vilket bidrar till att de befintliga kunderna blir lojalar och att de får nya kunder. Detta ser de som en förutsättning för långsiktig lönsamhet och hög avkastning till ägarna. Att arbeta med hållbarhetsfrågor är även lönsamt på flera sätt. Genom att de genomför miljöanalys vid kreditanalyser minskar deras risker vilket även minskar kostnaderna. Banken blir mer attraktiv som arbetsplats och deras aktie blir populärare bland placerare med särskilda miljö och etikkrav.

Vid flera rubriker finns en liten ruta hur de ser på det specifika området ur ett lönsamhetsperspektiv. När det gäller miljö- och etik anser de att detta stärker deras varumärke, skapar nya affärer och når nya kunder med specifika önskemål. När det gäller medarbetarna menar de att hållbarhetsarbetet förbättrar relationen till dessa och att rekrytera, behålla och engagera medarbetare är lättare i och med detta. Ur ett lönsamhetsperspektiv bidrar hållbarhetsarbetet mot samhället även det till ett stärkt varumärke, fördjupade relationer med viktiga grupper och en bättre utveckling i samhället. Arbetet med affäretik och säkerhet skapar kundnytta, banken förblir trovärdig vilket stärker bankens relationer med viktiga intressenter.

#### **4.1.2 Hållbarhetsrapport 2003**

FöreningsSparbankens hållbarhetsrapport är från och med detta år integrerad i årsredovisningen men redovisas fortfarande som en separat del på deras hemsida, vilket avspeglar sig i antalet sidor årets rapport omfattar. Rapporten består av sju sidor inklusive framsida och utgår från GRI:s riktlinjer. I denna rapport visar de endast en bild på framsidan, medan själva rapporten endast består av text, diagram och tabeller. I rapporten beskriver företaget hur de arbetar med hållbarhetsfrågor under huvudrubrikerna medarbetare, hållbarhet, samhälle och miljö.



Banken beskriver att de är ett av få svenska företag som valt att ansluta sig till Global Compact, för att stödja mänskliga rättigheter, arbetsförhållanden och miljön. Företaget hade som mål inför 2003 att vara bland de tio bästa företagen i DJSI:s branschindex. Detta uppnåddes inte under året men samma mål kvarstår inför nästkommande år.

#### *Etiskt ansvar*

Banken arbetar för att vara en attraktiv arbetsgivare genom att satsa på ökad hälsa, välbefinnande, jämställdhet, kompetensutveckling och ledarskap i organisationen. Deras långsiktiga mål är att vara en av Sveriges mest attraktiva arbetsplatser. 2003 kom de på 17:e plats i Universums undersökning Företagsbarometern, vilket är en undersökning bland landets universitet och högskolestudenter där de rankar de mest populära arbetsgivarna. En annan utmärkelse de fick under året var Sveriges bästa arbetsgivare av tjänstepensionsföretaget Alecta, där deras hälsoprojekt och medbestämmandeavtalet IDA (Insikt, Delaktighet, Ansvar) var två av anledningarna till att de fick priset.

Företaget arbetar även detta år med affärsetik och området omfattar nu även penningtvätt, mutor, korruption och finansiering av terrorism. För att öka kvaliteten inom organisationen fortsätter de att certifiera medarbetare med kundkontakt, vilket också medför att de är förberedda på de krav som Lagen om finansiell rådgivning till konsumenter (2003:862) kommer att ställa från och med juli 2004, vilket bland annat är att den som utför rådgivning ska ha kompetens för uppgiften. Deras mål att 35 procent av cheferna och specialisterna skulle vara kvinnor har under året uppnåtts.

Inför 2004 avser de att prioritera kompetensen hos medarbetarna, säkerställa ledarskapet på alla nivåer i företaget samt arbeta med hälsorisker. Detta för att bankens kunder och medarbetare ska vara nöjda och lönsamheten fortsätta vara god.

#### *Miljöansvar*

Banken genomför fortfarande miljöanalyser vid kreditgivning, vilket de anser ökar affärsmöjligheterna. Under året har företagens miljöledningssystem implementerats i hela organisationen som planerat och är nu certifierat enligt ISO 14001. Till följd av detta har större delen av personalen utbildats i systemet och koncernledning har utbildats särskilt i miljöfrågor.

När banken köper in varor väljer de leverantörer som följer de regler som finns inom deras miljöpolicy och miljöledningssystem. I år omfattar nästan fyra procent av Roburs förvaltade fonder miljö- och etikfonder och WWF-kortet inbringade cirka två miljoner till världsnaturfondens verksamhet. Andelen kunder som utför sina betalningar via internet har ökat vilket minskar effekterna på miljön. Pappersinköpet per anställd har minskat med 75 kilo sedan 2001 medan det ökat från föregående år, vilket troligen har sin bakgrund i att de köpte in mycket papper 2001 som inte användes. Antalet kilometer per anställd med bil har minskat med ungefär 150 kilometer medan det ökat med 200 kilometer per anställd med hyrbil sedan 2001. De anställda har även åkt mer tåg och mindre flyg. Bankens mål att anses vara bäst på att ta miljöansvar enligt SIFO:s Finansmonitor, uppnåddes inte då endast 20 procent höll med om detta, målet om 25 procent kvarstår dock inför nästa år.

### *Socialt/samhälleligt ansvar*

FöreningsSparbankens samhällsansvar är integrerat i deras affärsverksamhet genom att de är tillgängliga för alla i samhället utifrån deras egna förutsättningar och är en av de grundläggande värderingarna i företaget. Banken är även detta år det företag som är bäst på att ta samhällsansvar, enligt SIFO:s Finansmonitorn. Målet är att upprätthålla detta även i framtiden.

Banken fortsätter att erbjuda speciell service för syn- och hörselskadade vilket detta år ledde till att de certifierades av företaget Funka Nu, som arbetar med tillgänglighet på Internet och har ett nära samarbete med handikapprörelsen. (Funka Nu, 2008) Att banken erbjuder särskilda tjänster för olika åldrar är ytterligare ett steg mot att bemöta mångfalden i samhället. För seniorerna finns exempelvis särskilda lån och de yngre har en egen internetbank. Tillsammans med Volvo startade de 2003 Plura. 15, ett projekt där de lyfter fram och visar att mångfald är något som främjar tillväxt och lönsamhet.

Deras sponsringsprojekt har en samhällsinriktning och under 2003 drev de ett projekt där de stöttade företagande bland invandrare. De stödjer även Kooperationen utan gränser, vilka bygger upp spar- och kreditföreningar i Afrika och Latinamerika. Företaget nämner även att de varit delaktiga i andra projekt inom forskning och utveckling i samhället, vilka de inte beskriver närmare.

### *Ekonomiskt ansvar*

FöreningsSparbanken ser ett starkt samband mellan deras arbete med hållbarhet och en långsiktig lönsamhet i företaget. Detta arbete tror banken leder till att deras varumärke stärks, kundernas lojalitet ökar, riskerna och driftkostnaderna minskar och de finner nya affärsmöjligheter.

#### **4.1.3 Hållbarhetsrapport 2005**

År 2005 är bankens hållbarhetsrapport endast tre sidor lång varav framsidan utgör en av dessa. Den innehåller inga bilder, endast en sida text och en sida med tabeller, vilka visar deras direkta och indirekta miljöpåverkan. Texten innehåller endast information huruvida de arbetar med sitt ansvar för miljön.

### *Miljöansvar*

FöreningsSparbanken beskriver i den inledande texten att de förutom Global Compact även stödjer UNEP, vilket är FN:s miljöprogram. De anser att deras miljöpåverkan är relativt begränsad då de inte är ett tillverkande företag. Deras indirekta miljöpåverkan ser de som den största och de arbetar därför fortfarande aktivt för att minska denna, exempelvis genom miljöanalyser vid kreditgivning. När det gäller den indirekta miljöpåverkan har mängden pengar som placeras i företag som uppfyller miljö- och etikkrav ökat med 44 procent under 2005. Bidraget till WWF har ökat med 900 000 kronor gentemot föregående år. Deras direkta påverkan på miljön har minskat när det gäller antalet kilo papper inköpta per anställd och när det gäller bilresor men har däremot ökat i antalet flygmil per anställd.

Inför 2006 har banken som mål att 85 procent av medarbetarna ska anse att det är viktigt att banken tar hänsyn till miljön vid affärer med deras kunder och varje affärsdrivande enhet ska ha ett miljömål. Vidare avser de att minska utsläppen av koldioxid och minska

elförbrukningen. Till sist ska de öka andelen genomförda miljöanalyser vid godkännandet av krediter.

#### **4.1.4 Hållbarhetsrapport 2007**

Den sista hållbarhetsrapporten består av två sidor text och en mindre tabell som visar Swedbanks direkta miljöpåverkan. Rapporten fokuserar detta år på samhällsansvar, etiskt ansvar, internationella åtaganden, deras miljöarbete samt hur hållbarhet skapar lönsamhet.

##### *Etiskt ansvar*

Inom företaget följer medarbetarna en etikpolicy och företaget har interna regler och etiska uppförandekoder. Varje chef ansvarar för att etiska frågor och problem tas upp och diskuteras och att det finns uppföljning av att regler efterlevs.

##### *Miljöansvar*

Swedbank är fortfarande den enda bank i Norden som är certifierade enligt ISO 14001 och även den enda bank som stödjer Carbon Disclosure Project, ett internationellt initiativ som verkar för att världens företag ska minska på sina utsläpp av växthusgaser. Banken arbetar även detta år själva aktivt för att begränsa sina egna utsläpp av växthusgaser. Föregående år implementerades en miljöpolicy i den svenska verksamheten som de nu har för avsikt att göra gällande för hela organisationen.

Samarbetet med WWF kvarstår, dock redovisar de inte år 2007 hur mycket pengar deras kort inbringat till fonden. De har under året ingått ett nytt sponsringsavtal av ett projekt som heter Expedition Sverige där de under tre år ska dokumentera den svenska floran och faunan. Nytt för detta år är även att de använder sig av miljömärkt papper. Deras direkta miljöpåverkan har även minskat då de reser mer med tåg och mindre med bil och flyg, vilket dock kompenseras negativt av att deras värdetransporter har ökat.

##### *Socialt/samhälleligt ansvar*

För att stärka sin samhällsroll ska medarbetarna inom Swedbank vara resultatintriktade, öppna och engagerade för både samhället och företagets kunder. I 2007 års rapport beskriver de att de nu även följer International Chamber of Commerces (ICC) näringslivsprogram för hållbar utveckling utöver UNEP och Global Compact. De är även medlem i två organisationer tillsammans med andra sparbanker i Europa där de arbetar i olika samhällsprojekt.

##### *Ekonomiskt ansvar*

Ur ett lönsamhetsperspektiv har Swedbank samma syn på hållbarhetsarbetet år 2007 som år 2001. De anser fortfarande att arbetet med hållbarhetsfrågor stärker deras varumärke, skapar nya affärsmöjligheter, ökar populariteten hos aktien och gör dem mer attraktiva som arbetsgivare. Genom att utgå från ett hållbarhetsperspektiv i organisationen anser de att de kan erbjuda kunderna vad de efterfrågar och på så vis öka företagets värde.

## **4.2 Volvo**

Volvo köptes upp av Ford Motor Company 1999. De började med hållbarhetsredovisning år 2000 och var då anslutna till FN:s Global Compact, vilket de var ett av de första företagen att ansluta sig till. 2003 valde de att också komplettera dessa med GRI:s riktlinjer.

### **4.2.1 Hållbarhetsrapport 2000**

År 2000 var det första året som Volvo producerar en fristående hållbarhetsrapport. Rapporten är inte granskad av tredje part, vilket de dock funderar på inför nästa år om de anser att detta stärker rapportens trovärdighet. Den börjar med en kort inledning och att VD:n har ordet och är därefter indelad i områdena kunder, säkerhet, kvalitet, miljö, anställda, underleverantörer och samhället.

Av rapportens 27 sidor innehåller 24 av dessa bilder. Framsidan visar en Volvo på en väg med grässtrån i förgrunden, två lekande färgade barn och sammanflätade händer infällda i bilden. Inne i rapporten är de flesta bilderna på cheferna som uttalar sig i rapporten, andra anställda eller på deras bilmodeller som på bilderna kör ute i naturen. De visar även bilder på andra människor som har roligt tillsammans under rubriken kunder och under rubriken säkerhet finner vi en krockad bil. En bild av tre personer varav en är färgad som sitter på en brygga och fiskar täcker en hel sida, där man beskriver ett av de miljöprojekt Volvo deltar i. I samband med avsnittet om samhället finns det bilder på en segelbåt från Volvo Ocean Adventure, pristagarna i ett projekt och på ungdomar som deltar i en utbildning som Volvo anordnar. Slutligen visar de som sista bild en naturbild med inslag av en motorväg i ena hörnet och texten Volvo for life.

#### *Etiskt ansvar*

Genom att överlåta ansvar och ge de anställda större befogenheter, vill Volvo ge dem möjligheten att växa och utvecklas tillsammans med företaget. För att på detta sätt ge de anställda förmågan och möjligheten att nå upp till sina egna förväntningar. VD:n Hans-Olov Olsson vill erbjuda de anställda ett stimulerande arbete med en lön så att de kan skapa en trygghet för sina familjer.

De senaste åren har stressrelaterade problem hos personalen ökat. Denna stress orsakas inte av endast långa arbetsdagar med hög arbetsbelastning, utan även av arbetsmetoder och rutiner och företaget har därför tagit hjälp av hälsoexperter för att minska stressen i arbetsmiljön.

Volvo menar att deras anställda måste avspegla deras kunder och bestå av fler kvinnor och människor från olika nationaliteter på alla nivåer i företaget. År 2000 är en av fem anställda kvinnor, men det är bara en av tolv som är kvinnor i de högre positionerna i företaget, vilket motsvarar ungefär åtta procent. Målet är att 20 procent av alla direktörsposter ska besittas av en kvinna 2005.

Volvo anser att deras Skandinaviska arv bidrar till en trovärdighet när det gäller arbetsförhållanden och mänskliga rättigheter. De arbetar med detta exempelvis genom att i sina avtal med underleverantörer ha krav på vilka arbetsmetoder som används, de ska arbeta på ett sätt som är i enlighet med de mänskliga rättigheterna och humana arbetsförhållanden.

### *Miljöansvar*

För att nå sitt mål som världsledande inom miljövärd måste de fortsätta minska bränsleförbrukningen på sina bilar samtidigt som de utvecklar bilar som använder alternativt bränsle. Målet är att bränsleförbrukningen ska minskas till 140 gram koldioxid per kilometer 2008, vilket är en minskning med 25 procent från år 1995. Den andra versionen av Bi-Fuel modellen som kan köras både på gas och på bensin lanserades 2000. Den första lanserades redan 1995 men det är först med den andra modellen som gas har blivit ett riktigt alternativ då den med sina två gastankar kan köras ungefär 300 kilometer på gas. Användningen av biogas minskar koldioxidutsläppet med upp till 95 procent. För de olika bilmodellerna finns miljöinformation som är verifierad av tredje part, vilken publiceras både på Internet och i tryckt format.

All produktion av komponenter till Volvo är miljöcertifierad och målet är att alla underleverantörer ska vara certifierade enligt ISO 14001 år 2002. Målet är också att fabriker i Uddevalla och Kuala Lumpur ska ha implementerat ISO 14001 under 2001 och att det 2002 ska vara implementerat i hela Volvo Car Corporation. Volvo arbetar också med att ta fram nya sätt att återvinna material. Nu återvinns 75 procent av bilens vikt och detta är framförallt metaller. 2006 ska totalt 85 procent av bilens vikt kunna återvinnas, vilket innebär att även glas, gummi och plast ska kunna återvinnas. De transporter som sker mellan företagets olika fabriker sker via ett transportföretag för att man ska kunna samköra med andra företag som ska till samma ort för att på så sätt minska utsläppen och få ner bränsleförbrukningen.

Sedan 1997 har Volvo engagerat brittiska elever i projekt för en bättre miljö. Det har handlat om allt från att göra rent sjöar till att plocka skräp vid väggkanten. Som belöning har de sedan fått utbildningsmaterial och stipendier. Varje år delar de också i samarbete med Volvo Group ut ett pris på 1,5 miljoner svenska kronor till miljöforskning.

### *Socialt/samhälleligt ansvar*

VD:n menar att Volvo innehar en betydande roll i samhället genom att företaget skapar arbetstillfällen och bidrar till utvecklingen i samhället då de betalar skatter. De erbjuder även ekonomisk hjälp till människor i Sverige som behöver hjälp att starta sitt eget företag.

Volvo vill få sina kunder att känna trygghet genom att erbjuda dem en större säkerhet. Deras säkerhetsmål är att vara världsledande inom aktiv säkerhet, vilket innebär att försöka förebygga trafikolyckor, och passiv säkerhet där företaget försöker minska de effekter som skulle kunna uppkomma vid en eventuell trafikolycka. Den passiva säkerheten har med gott resultat mätts de senaste åren med hjälp av tre metoder: ett krocktest, olycksstatistik och expertbedömning. Ingen av dessa metoder mäter riktig säkerhet men tillsammans kan de ge en god indikation på hur säker bilen i fråga är.

Volvo Cars Safety Centre i Göteborg är världens mest moderna och avancerade anläggning inom krocktester, där olyckor med varierande hastighet och vinklar kan simuleras. För att försäkra sig om att deras kvalitetsprogram fungerar använder sig Volvo av kundundersökningar som visar hur nöjda dess kunder är. År 2000 påbörjades också en ny granskning av kvalitetssäkring vid utvecklandet av nya produkter. Sedan en lång tid tillbaka deltar de även i projekt tillsammans med bland annat svenska sjukhus för att undersöka whiplashskador vid bilolyckor. Utifrån detta har de sedan utvecklat ett system som kallas WHIPS, vilket minskar risken för whiplashskador.

### *Ekonomiskt ansvar*

Då Volvo är en del av Ford Motor Company presenteras långsiktiga ekonomiska mål inte för varje enskild del av företaget.

#### **4.2.2 Hållbarhetsrapport 2004**

Denna rapport är för andra året publicerad i enlighet med GRI:s riktlinjer. Den består av 43 sidor med framsidan inräknad, varav 31 av dessa innehåller bilder. Inte heller denna rapport är granskad av tredje part, dock anser de att detta skulle öka transparensen i företaget, och fortsätter därför att leta efter ett alternativ som skulle passa dem.

I rapporten visas i större utsträckning än föregående bilder av de medarbetare som uttalar sig i rapporten och inte lika mycket på bilar. Förövrigt skiljer den sig inte avsevärt när det gäller bilderna från rapporten från 2001. Denna rapport bygger i stort på uppdelningen säkerhet, miljö, kvalitet, kunder, anställda, leverantörer och samhället. Det har dock kommit till några nya avsnitt i denna rapport i form av Volvos värld, återförsäljare, vårt ansvar, GRI-index och företagens medborgarskap (corporate citizenship). De har även lagt till ett resultatkort där nyckeltal inom socialt ansvar, främjandet av ekologisk hållbarhet och värdeskapande presenteras.

Volvo delar in sitt ansvar i tre delar som biltillverkare, globalt företag och lokal aktör. Det ansvar som företaget har som biltillverkare innebär att även om bilen erbjuder många fördelar för oss människor så bidrar trafiken till många negativa sidoeffekter som måste tas hänsyn till vid produktion. Som ett globalt företag är det viktigt att ta sitt ansvar för att de produkter som köps och säljs är producerade under rättvisa förhållanden. Det huvudsakliga ansvaret som lokal aktör är att vara stabil och attraktiv som arbetsgivare.

Största anledningen till att kunderna väljer att köpa en Volvo är att varumärket är förknippat med säkerhet, tillförlitlighet och att man får mycket för pengarna. Volvo arbetar kontinuerligt med ett kvalitets- och förbättringsprogram som bland annat bygger på undersökningar som mäter kundnöjdhet. Målet är att ha de nöjdaste kunderna inom bilindustrin och 2004 är de i topp tre i 17 procent av de undersökningar som har gjorts vilket är en förbättring med fem procent från föregående år. Den viktigaste förbindelsen mellan företaget och kunderna är återförsäljarna, det är därför av stor vikt att dessa kan förstå och leva upp till de värden som ger företaget dess framgång. Volvo har ungefär 2300 auktoriserad återförsäljare världen över och 1500 av dessa är belägna i Europa.

Detta år har två nya bilmodeller lanserats, 3CC och YCC. 3CC är en liten och säker familjebil med plats för två vuxna fram och två barn eller en vuxen där bak och är lämpad att köras på bensin, diesel, biogas eller el. YCC är en bil designad av kvinnor för kvinnor. Enligt undersökningar som gjorts är det för kvinnor viktigt att bilen behöver så lite skötsel som möjligt. Därför fyller man på spolärvätskan från bilens utsida, lacken är smutsavvisande och bilen kan även köras med punktering.

### *Etiskt ansvar*

Då de stödjer FN:s Global Compact principer har de arbetat fram en egen policy om mutor och hemligstämplad information som i detalj går in på reglerna om vad en anställd kan acceptera och får lov att uttala sig om utanför företaget.

Energi, passion och respekt är hörnstenarna i Volvos företagskultur. Att arbeta för ett bra företagsklimat är en viktig del då företaget vill attrahera och behålla kompetent personal. Enligt en undersökning bland de anställda är 79 procent nöjda med arbetsklimatet.

Arbetssskador som innebär att den anställde får stanna hemma i mer än en dag har minskat med 16 procent, vilket de ser som ett resultat att de har arbetat omfattande med hälsa och säkerhet på sina anläggningar. I år startades ett arbetsmiljöprojekt med syftet att minska informationsstressen som till stor del orsakas av e-mail, samt att öka effektiviteten.

Att vara drogpåverkad på arbetstid är både ett säkerhets- och arbetsmiljöproblem. Därför måste alla som söker jobb på Volvo i Sverige ta ett drogtest för att få anställning. För att bidra till säkrare vägar har de anställda på den brittiska försäljningsavdelningen genomgått en kurs i säkrare körning då många företagsbilar i Storbritannien är inblandade i olyckor.

Volvo arbetar för mångfald, vilket de anser stärker deras varumärke. Under 2003 undersökte de hur mångfalden påverkar deras försäljning och under 2004 har de lyft fram mångfalden i deras reklam. Företaget har 2004 kommit en bit på väg till sitt mål att 20 procent av direktörerna ska vara kvinnor 2005. Vid denna tidpunkt besitter kvinnorna 16 procent av posterna och företaget arbetar aktivt för att skynda på processen och nå det nya målet där 25 procent av direktörsposterna ska besittas av kvinnor år 2008.

De krav som Volvo hade på sina underleverantörer redan 2000 har nu uppdaterats och förväntas bli respekterade genom hela värdekedjan. Under 2004 har ett möte skett mellan Volvo och 12 underleverantörer där man tog upp mänskliga rättigheter och arbetsförhållanden för att öka dess förståelse för Global Compact och för att klargöra vilka förväntningar det finns på leverantörerna.

### *Miljöansvar*

Bränsleförbrukningen har nu reducerats med 11 procent och Volvo är i och med detta närmare sitt mål att minska bränsleförbrukningen med 25 procent till 2008. Försäljningen av Bi-Fuelbilar har minskat och för att få folk att i fortsättningen välja Bi-Fuel istället för en bensindriven bil har priset minskats. De ingår även partnerskap med statliga myndigheter och företag och uppmanar företag att välja bilar som drivs på Bi-Fuel som företagsbilar. I Sverige har Volvo en bilpool i samarbete med Hertz, vilken endast förmedlar miljöbilar.

För att förbättra miljön och minska utsläppen av koldioxid har Volvo påbörjat utveckling av etanoldrivna bilar med målet att de ska finnas på den svenska marknaden 2005. Även om dieseldrivna bilar använder 30 procent mindre drivmedel och släpper ut 20 procent mindre koldioxid så släpper de ut högre halter kväveoxid, det har därför tagits fram ett partikelfilter för att hindra skadliga ämnen att komma ut med avgaserna. Då mycket tid spenderas i bilen är det också viktigt att de material som används inne i bilen inte framkallar allergier vilket Volvo arbetar aktivt för att ta fram. Företaget har också som mål att inom en snar framtid kunna lansera en hybridbil som kan köras både på el och på bensin. År 2020 ska åtta procent av alla bensin- och dieseldrivna bilar vara utbytta mot bilar som drivs på biobränslen.

Nya medarbetare inom Volvo får gå en kurs som handlar om miljö. Även de som redan arbetar inom företaget får gå kurser och delta i seminarier inom detta område, särskilt produktutvecklare och designers för att lära sig om bränsleeffektivisering, göra lättare fordon och återvinning av material. Sedan 2003 har personalen hos återförsäljarna via Internet genomgått ett utbildningsprogram inom miljö, för att kunna hjälpa kunderna att fatta bättre beslut för miljön.

Vart tredje år hålls den internationella kongressen World Clean Air and Environment Protection och detta var det första året som Volvo var huvudsponsor. Över 1000 forskare närvarade för att diskutera det senaste inom miljöforskning.

### *Socialt/samhälleligt*

Det är viktigt för Volvo att ta ett ansvar på den lokala marknaden och de stödjer bland annat program i Thailand som verkar för en ökad säkerhet på vägarna. I Sverige sponsrar de bland annat Göteborgs symfoniorkester och Göteborgsoperan. Deras återförsäljare i olika länder deltar i olika filantropiska projekt, såsom World Childhood Foundation dit de skänker pengar för varje såld bil. Deras lokala ansvar regleras inte av några riktlinjer och det är därför viktigt för dem att ha en dialog med lokala representanter för att veta hur de ska agera som arbetsgivare då de vill vara ett aktivt och transparent företag. Under 2004 har Volvo även börjat implementera Fords riktlinjer angående socialt ansvar i alla situationer som berör inköp och utvärdering av deras leverantörer.

Som i förra rapporten arbetar de aktivt med att både förebygga trafikolyckor och öka säkerheten om olyckan skulle vara framme. Flera nya system har tagits fram, ett av dem är BLIS (Blind Spot Information System) som varnar föraren när det finns ett fordon i en vinkel som är svår att se. När nya system utvecklas används inte endast kunskap om material och teknik utan även kunskap om det mänskliga beteendet. Det finns inte mycket kunskap om risker för gravida och deras ofödda barn vid trafikolyckor, Volvo har därför tagit fram en gravid krockdocka för att öka säkerheten även för de gravida i bilen. Deras säkerhetscenter är ett av de mest avancerade krocktestcentrumen i världen.

Volvo har sedan 2003 i samarbete med bland annat Chalmers tekniska högskola, Saab Automobil och Drottning Silvias barnsjukhus arbetat med ett projekt för att öka barnens säkerhet i trafiken. Under året har de dessutom anordnat ett flertal seminarier i Asien för att öka kunskapen om hur barn färdas säkrast i bilen.

### **4.2.3 Hållbarhetsrapport 2007**

Rapporten inleds detta år med en introduktion som följs av indelningen miljö, säkerhet och ledarskap. Detta beror på en undersökning som gjordes bland företagets intressenter som visar på att det är dessa områden de prioriterar högst. Rapporten omfattar totalt 40 sidor varav 29 sidor innehåller bilder. Många av bilderna även i detta års rapport är på de anställda, de flesta i samband med intervjuer. Bilar står dock i centrum men även ett par bilder på miljön har lagts in i denna rapport. Detta år rapporterar Volvo efter GRI:s B-nivå och målet är att kunna rapportera på A-nivå 2009. Granskning av tredje part nämns inte detta år i rapporten.

Även 2007 definierar de sitt ansvar som biltillverkare, globalt företag och lokal aktör och det som framförallt styr det dagliga arbetet är varumärkeslöftet ”Vi skapar bilar för ett bättre liv”. Företagsfilosofin har utvecklats de senaste åren och är nu tydligt kundorienterad,



affärsinriktad och har fokus på medarbetarnas arbetssätt. CSR-arbetet är numer en del av affärsplanen då företaget strävar efter att detta ska vara en naturlig del i både beslutsfattande och den operativa verksamheten.

#### *Etiskt ansvar*

Arbetskadorna fortsätter att minska vilket innebär att företaget nu har uppnått årets mål. Detta år har de också infört ett friskvårdsbidrag till träning med syfte att få friskare personal och minska sjukfrånvaron ytterligare. Andelen kvinnliga chefer har nu ökat till 18 procent och företaget arbetar fortfarande aktivt för att öka denna siffra.

#### *Miljöansvar*

En studie har genomförts i samarbete med ett flertal forskare där syftet var att undersöka hur olika bränslen och energisystem bör nyttjas för att i framtiden klara energiförsörjningen samtidigt som miljöpåverkan begränsas. I slutsatsen kom man fram till att Volvo bör satsa på elhybrider i kombination med biobränslen. Den tidigare satsningen på biogas ligger för tillfället på is då det finns för få tankställen och just nu ligger fokus framförallt på etanol och flexifuel-bilarna som kan köras på bioetanol, vilket minskar koldioxidutsläppen med upp till 80 procent, bensin eller en kombination av dessa. Hybridtekniken kommer dock fortsatt att utvecklas och Volvo hoppas även på förnyelsebar diesel. Detta år kan ytterligare två bilmodeller fås som flexifuel.

Under 2007 introducerades bilen Volvo ReCharge Concept som är en plug-in-hybrid och förväntas vara i produktion 2014. Denna modell drivs med en elmotor vid varje hjul och batterierna laddas i ett eluttag, batteriet räcker till tio mils körning och laddas fullt på tre timmar. Koldioxid utsläppen är hälften så stora som de hybridbilar som redan finns på marknaden och driftskostnaderna är ungefär 80 procent lägre än för en bensindriven bil. Dock är hybridtekniken komplex vilket gör den dyr och för att förenkla denna teknik öppnade Volvo ett nytt teknikcentrum i Göteborg för elhybridfordon 2006. Den nya versionen av Volvo C30 lanseras under 2008 och har en minskad bränsleförbrukning med 12 procent mot föregående modell, vilket gör att den klassas som miljöbil på den svenska marknaden.

Alla kunder som köper en miljöbil i Sverige erbjuds ett så kallat miljöpaket med förmånerna ecosafe-körning, klimatkompensering, lågt pris på miljöbränsle och miljöbil som lånebil när de lämnar in sin bil på service. Ecosafe-körning innebär att kunderna kostnadsfritt erbjuds en heldagskurs i hur de kan köra miljövänligt och på så sätt minska bränsleförbrukningen upp till 20 procent. När man har kört sin miljöbil 4500 mil kompenseras företaget de utsläpp som blir genom att stödja FN-certifierade klimatneutraliseringsprojekt. Kunderna har också rabatt på E85 de första tre månaderna när de tankar med sitt Volvokort.

Efterfrågan på miljöbilar är störst i storstäderna och 15 procent av den totala försäljningen i Sverige 2007 var miljöbilar, med förväntan om att det ska stiga till 40 procent 2008. Här är återförsäljarnas roll viktig och därför har ungefär 80 procent av de svenska återförsäljarna utbildats i miljöbils- och attitydfrågor och därefter blivit miljöcertifierade säljare.

Under 2007 startades också Volvo Green Car Drive som är en bilpool där studenter kan hyra Volvos miljöbilar med förmånliga villkor och finns på flera universitet och högskolor runt om i Sverige.

Det är inte bara när bilen körs som miljön påverkas utan även under produktionen påverkas miljön, därför har Volvo strukturerat sitt miljöarbete genom att vara certifierade enligt ISO 14001, vilket alla produktionsanläggningar är sedan 2005. Arbetet med att begränsa utsläppen av koldioxid och att effektivisera energianvändningen vid tillverkning pågår ständigt. Målet är att minska energiförbrukningen per producerad bil med fem procent per år. Från och med 2008 används endast el från förnyelsebar vattenkraft och Torslandafabriken värms till 90 procent av spillvärme från ett närliggande oljeraffinaderi.

Målet var också att alla leverantörer skulle vara ISO 14001 certifierade senast 2004, dock är det bara 80 procent av leverantörerna som är det 2007 vilket är en minskning med tio procent sedan 2006. Detta gör att det finns begränsningar i förlängning av framtida kontrakt.

### *Socialt/samhälleligt*

Säkerhet och att förebygga olyckor är fortfarande högt prioriterat. Därför driver Volvo tillsammans med aktörer från näringslivet, högskolor och myndigheter flera projekt inom detta område och årligen satsas 30 miljoner kronor till forskningscentrum för fordons- och trafiksäkerhet på Chalmers Tekniska Högskola i Göteborg. Intelligent Vehicle Safety Systems är ett annat viktigt forskningsprojekt som är ett samarbete mellan svenska staten och fordonsindustrin vars syfte är att öka trafiksäkerheten och stärka fordonsindustrin. Under 2007 startades ett projekt i Kina som ska vara i tre år vars syfte är att analysera olycksstatistiken så lokala myndigheter vet vilka trafiksäkerhetsåtgärder som bör prioriteras. Volvo är också ett av företagen som är med och utvecklar ISO 26000, vars syfte är att skapa standardiserade riktlinjer i företagets arbete med socialt ansvarstagande. ISO 26000 förväntas vara klar 2010.

Då ungefär 90 procent av alla trafikolyckor beror på att föraren brister i uppmärksamhet fokuserar Volvo på att skapa tekniska lösningar som ska hjälpa föraren att upptäcka kritiska situationer och på så sätt undvika kollisioner. Detta år lanserade företaget bland annat City Safety som genom en optisk sensor i vindrutan räknar ut viken bromskraft som behövs för att undvika kollision. Därefter förbereds bilens bromssystem för att få maximal effekt vid inbromsning och om föraren sedan inte bromsar kommer bilen att bromsa automatiskt. De lanserade även två världsnyheter inom barnsäkerhet, en barnkudde som anpassar sig efter barnets vikt och en förlängd krockgardin som ska skydda barnets huvud vid en eventuell krock. Visionen är att ingen ska skadas eller dö i en Volvo år 2020.

## 5 Jämförande analys

---

*I vår analys kopplar vi informationen från empirin till teorierna vi redogjorde för i kapitlet referensram. Vi beskriver hur utvecklingen av CSR-redovisning har sett ut i respektive företag och hur denna redovisning skiljer sig åt mellan företagen.*

---

### 5.1 Swedbank

Swedbank går emot den allmänna trenden att CSR-redovisningen blir allt mer omfattande. Den första hållbarhetsrapporten vi studerade från 2001 var den mest omfattande rapporten och den enda rapporten som var separerad från Swedbanks årsredovisning. Efter detta sjönk innehållet i rapporten för varje år som vi studerade, från 32 sidor år 2001 till två sidor det sista året. Det är endast den första av Swedbanks rapporter som innehåller bilder.

Den första rapporten fokuserar främst på bankens samhällsansvar och utgår även från områdena miljö och ekonomi. I 2003 års rapport återfinns huvudrubrikerna samhälle och miljö och även medarbetarna och Swedbank som arbetsgivare är områden som tar relativt stort utrymme i den förkortade rapporten. Hållbarhetsrapporten från 2005 är den som skiljer sig mest åt från de andra då den endast tar upp Swedbanks miljöansvar för att i 2007 års rapport återgå till liknande upplägg som tidigare förutom att det etiska ansvaret och internationella åtaganden, vilket ligger rätt i tiden, tar stor del av den två sidor korta rapporten. Om vi bortser från 2005 års rapport ser vi att Swedbank har starkt fokus på samhället i deras CSR-redovisning, även miljö, lönsamhet och etiska aspekter är områden som behandlas genomgående.

#### *Etiskt ansvar*

Det etiska ansvaret är viktigt för Swedbank då de vill vinna kundernas förtroende. De verkar för en bra affäretik inom företaget genom att certifiera sina rådgivare och deras affärsområden. Banken hjälper även sina kunder mot ett mer etiskt förhållningssätt genom att de kan välja att investera i företag vilka är analyserade utefter etiska kriterier. I följande rapport ser vi en utökning av arbetet med de etiska aspekterna och de arbetar nu också med förhindrande av penningtvätt, mutor, korruption och finansiering av terrorism. De har även större fokus på personalens välbefinnande och att vara en attraktiv arbetsgivare. I den sista rapporten nämner de att de inom företaget följer interna regler och etiska uppförandekoder vilket är ytterligare ett steg mot en hög kontroll av etiken inom företaget.

#### *Miljöansvar*

De beskriver i den första rapporten att deras mål är att implementera ett miljöledningssystem som de avser att certifiera enligt ISO 14001 innan 2003. I 2003 års rapport får vi sedan reda på att detta genomförts, vilket höjer trovärdigheten med deras CSR-arbete. Detta hjälper även till att motverka de negativa rösterna såsom Frankental (2001) som menar att CSR är en PR-uppfinning. Smith (2003) anser att arbetet med CSR kan skilja företaget från sina konkurrenter. I den sista rapporten får vi veta att Swedbank är den enda banken i Sverige som är certifierade enligt ISO 14001. Detta kan ses som en konkurrensfördel gentemot dess konkurrenter då det skiljer dem från de andra bankerna och något kan framhäva i sin marknadsföring.

Det framgår i rapporten från 2001 att det är viktigt för Swedbanks kunder att banken tar sitt miljöansvar. Det är dock endast 30 procent av deras kunder som anser att företaget erbjuder tjänster med miljöprofil, vilket kan vara en av anledningarna till att banken även fortsättningsvis arbetar mycket med miljöfrågor. Enligt Löhman & Steinholtz (2003) är CSR en viktig konkurrensfördel och det faktum att Swedbank 2007 fortfarande är den enda banken i Norden som är certifierade enligt ISO 14001 kan ses som en fördel gentemot övriga banker.

### *Socialt/samhälleligt ansvar*

Banken fyller en funktion i samhället och fokuserar mycket av sin hållbarhetsredovisning till detta område. Deras miljöansvar har också en relativt framträdande roll i samtliga hållbarhetsrapporter och i rapporten från 2005 är detta det enda ämne som behandlas, vilket kan verka lite underligt då Swedbank inte är ett tillverkande företag. Det kan dock vara ett sätt att lyfta fram positiva aspekter och visa att företaget bryr sig om ett område som många är engagerade i. Det är också ett säkert område för dem som icke tillverkande företag att redovisa.

Swedbanks VD skriver i den första rapporten att de alltid har tagit samhällsansvar men nu har blivit bättre på att beskriva det. Detta gör det svårt att förklara varför de i hållbarhetsrapporten för 2005 valt att utelämnat det sociala/samhälleliga ansvaret. Både i rapporten från 2001 och 2003 lyfter banken fram att de är en bank för alla och därför erbjuder service anpassad för olika kunders behov. Multikulturella kontor är ett av sätten de använder sig av för att nå ut till kunder inom olika kulturer. Att möta de olika behoven som finns i olika åldrar är också viktigt för Swedbank och de har därför IT-utbildning för pensionärer.

Bankens sponsring och engagemang i projekt inriktar sig nästan uteslutande till olika grupper i samhället. Det innefattar allt från att öka IT-användandet hos pensionärer i Sverige till utvecklingen av Azerbajdzjans banksystem. I rapporterna från 2003 och 2007 beskriver de också att de engagerar sig i samhällsutvecklingen, även om det inte är lika ingående som i den första rapporten. Detta tyder på ett filantropiskt ansvar enligt Carrolls CSR-pyramid, vilket är det översta ansvaret i pyramiden. Det filantropiska ansvaret är frivilligt och inte förväntat ur ett etiskt perspektiv men det finns ofta förväntningar från samhället på någon form av filantropiskt ansvar, ett socialt kontrakt dem emellan. Swedbank fyller en samhällsfunktion och deras engagemang mot samhället är tydligt och ger positiva signaler till deras intressenter.

### *Ekonomiskt ansvar*

Bankens intressenter är kunderna, medarbetarna, samhället och ägarna. Intressenter har olika förväntningar på företaget, exempelvis förväntar sig ägarna en god lönsamhet och bra avkastning. Genom att Swedbank beskriver hur deras arbete med CSR-frågor bidrar till bättre lönsamhet legitimerar de tydligt detta arbete gentemot denna viktiga grupp av intressenter. Detta framkommer tydligast i den första rapporten där de även beskriver att de vill ge en hög avkastning till ägarna. I de senare rapporterna beskriver de endast att CSR-arbetet bidrar till en ökad lönsamhet genom ett stärkt varumärke, ökad popularitet hos deras aktie och ökad kundlojalitet. Detta tyder på att företaget lade större fokus på det ekonomiska ansvaret i Carrolls CSR-pyramid år 2001 än de senare åren.

## 5.2 Volvo

Skillnaden på rapporterna sedan de började arbeta efter GRI:s riktlinjer är att de lagt till ett par avsnitt vilket också har gjort att rapportens omfattning ökat. Bland annat har de börjat dela in sitt ansvar i tre områden: bilhandlare, globalt företag och lokal aktör. De har även lagt till ett resultatkort där läsaren kan följa de viktiga nyckeltal som företaget har och jämföra dessa över åren. I övrig layout är rapporterna väldigt lika och det är först 2007 som man har valt ett annat upplägg. Denna rapport delas i stället in i tre huvudkategorier: miljö, ledarskap och säkerhet.

I den första rapporten för 2000 skriver Volvo att granskning av tredje part inte är utförd men att det är något som de överväger för framtiden om detta stärker rapportens trovärdighet. 2004 är rapporten fortfarande inte granskad och i den sista rapporten nämns inte ens granskning av tredje part. Vi antar därför att någon granskning inte är aktuell. I rapporten för 2007 beskriver Volvo att CSR-redovisning numera har blivit en del av affärsplanen. Den har blivit en del av den dagliga verksamheten på ett helt annat sätt än mot tidigare år.

### *Etiskt ansvar*

Redan i rapporten från år 2000 framhölls att mångfald i företaget är viktigt, för att man skulle kunna förstå alla de marknader som man verkade inom. I nästa rapport framhåller de även att mångfalden stärker deras varumärke och påverkar försäljningen, därför har de även lyft fram detta i sin reklam. De primära intressenterna, i detta fall kunderna, sympatiserar med denna typ av reklam och är precis som intressentteorin påtalar ett sätt att vårda och bygga upp nya relationer som gynnar företaget. Då denna bransch domineras av män ansåg de att fler chefspositioner borde innehas av kvinnor. Målet var att 20 procent av cheferna skulle vara kvinnor 2005. Målet uppnåddes aldrig och 2007 är endast 18 procent av cheferna kvinnor, vilket skulle kunna bero på flera omständigheter. Den största anledningen till att detta läggs fram är dock samhällets krav på jämställdhet. Detta stödjer Carrolls teori om att det tredje planet i pyramiden, det etiska ansvaret, ska uppfylla de krav som samhället och intressenterna har som inte är lagligt reglerat.

### *Miljöansvar*

Volvo största fokus i alla deras hållbarhetsrapporter ligger på miljöansvaret, då det är viktigt för dem att profilera sig som miljövänliga med tanke på att deras produkter i sig påverkar miljön på ett negativt sätt. Carroll och Buchholtz (2006) framhåller att det ligger i företagens intresse att ansvara för de problem de själva varit med och skapat. Det kan vara en anledning till att Volvo kontinuerligt arbetar med att minska bränsleförbrukningen hos sina bilar men även med att ta fram alternativa drivmedel. Att tänka miljövänligt ligger helt rätt i tiden då samhället börjar få upp ögonen på att det är dags att tänka på vilka effekter ens handlingar faktiskt har på miljön. I den sista rapporten skriver de dock att försäljningen av deras miljöbil Bi-Fuel har gått ner och de har därför bestämt sig för att sänka priset på dessa modeller. Att företaget tvingas sänka priset skulle kunna tyda på att de sätter den ekonomiska lönsamheten först i enlighet med Carrolls synpunkter om det ekonomiska ansvaret där maximering av vinsten är det viktigaste för överlevnaden.

I rapporten för 2000 beskrivs hur hela Volvo Car Corporation ska vara certifierade enligt ISO 14001 under 2001 och att alla underleverantörer ska vara certifierade senast 2002, dock framkommer i senare rapporter att produktionen inte certifierades förrän 2005 medan endast 80 procent av underleverantörerna är certifierade 2007. ISO-certifieringen är ett av många sätt

för företaget att legitimera sig gentemot sina intressenter då det är ett sätt för företaget att visa upp en bra sida mot omgivningen vilket stämmer väl överrens med legitimitetsteorin som menar att det är omgivningen som avgör om ett företag är legitimt eller inte.

#### *Socialt/samhälleligt ansvaret*

Säkerheten är en annan viktig aspekt av deras sociala/samhälleliga ansvar för företaget då detta kan ge förödande konsekvenser. En bil som inte är säker skulle i dagsläget inte rulla länge på de svenska vägarna då kunderna helt enkelt skulle välja en av konkurrenternas bilmodeller istället. Som beskrivs i intressentteorin är företaget beroende av sina intressenter för att kunna nå framgång. Utan det enorma arbete som Volvo har lagt ner på säkerhet hade de aldrig nått till den punkten där de är idag, då största anledningen till att kunderna köper en Volvo är att bilen förknippas med säkerhet. År 2000 hade Volvo världens modernaste och mest avancerade krocktest anläggning i Göteborg men allt eftersom åren går har konkurrenterna kommit i kapp och i hållbarhetsrapporten för 2004 beskriver de bara sin anläggning som en av de mest avancerade i världen.

Volvo arbetar med flera filantropiska projekt vilket är den högsta nivån av ansvarstagande enligt Carrolls CSR-pyramid. Ett av dem är att återförsäljarna skänker en viss summa pengar per såld bil till World Childhood Foundation. Detta är projekt som ständigt pågår i olika former för alla de år som vi studerat.

#### *Ekonomiskt ansvar*

Carroll beskriver det ekonomiska ansvaret som grundstenen i sin modell, Volvo väljer dock att redan i sin första hållbarhetsrapport inte specificera hur de ska vara fortsatt lönsamma och förklarar detta med att det bara finns ett gemensamt lönsamhetsmål för hela Ford Motor Company-koncernen.

### **5.3 Mellan branscherna**

Swedbank och Volvo verkar i helt olika branscher vilket även avspeglar sig i deras CSR-redovisningar. Banken fyller en samhällsfunktion och det är många intressenter som har förväntningar på dem. De ska verka för utvecklingen i samhället och handla etiskt. Volvos intressenter har andra förväntningar på dem som biltillverkare. De ska värna om miljön och tillverka säkra bilar.

Swedbanks hållbarhetsrapport har minskat i omfattning för varje år vi granskat den medan Volvos ökar från 27 sidor till 40 sidor. Volvos utveckling stämmer helt överens med den allmänna utvecklingen i samhället där företagen blir bättre och bättre på att redovisa sitt CSR-arbete. Det är svårt att avgöra varför Swedbank väljer att integrera sin hållbarhetsredovisning i årsredovisning och att dessutom minska dess omfattning istället för att utveckla den. I och med detta försvinner samtliga bilder i deras hållbarhetsrapport. Volvo däremot ökar antalet bilder i och med att deras rapport blir mer omfattande.

Båda företagen presenterar ett flertal mål i sina hållbarhetsrapporter och följer sedan upp dessa på ett bra sätt. Både Swedbank och Volvo väljer också att vara ärliga i de fall som det inte har kunnat nå upp till sina mål och ger sin förklaring till varför målet inte har kunnat uppnås. Volvos mål är att minska bränsleförbrukningen, öka andelen kvinnor på chefsposterna i företaget och att all produktion och alla underleverantörer ska vara certifierade

enligt ISO 14001. Detta mål är dock fortfarande inte uppnått. Även Swedbanks mål var att hela koncernen skulle vara certifierad enligt ISO 14001, vilket de också är sedan 2003. Swedbank vill även vara den bank som tar störst samhällsansvar och arbetar mest med miljö.

Det framkommer inte i någon av företagens rapporter att dessa granskas av en tredje part. Volvo skriver dock i den första rapporten att det är något de funderar på, då detta skulle öka deras rapports trovärdighet. Varför företagen valt att inte låta sina hållbarhetsrapporter granskas av en tredje part är heller inget som går att utläsa.

### *Etiskt ansvar*

Det etiska ansvaret i Volvo beskrivs genom arbetet med personalens trivsel och deras hälsa samt jämställdhetsarbetet. De har även krav på sina underleverantörer när det gäller deras arbetsförhållanden. Detta utökas med en egen utarbetad policy gällande etiska frågor vilken beskriver hur de behandlar mutor och hemlighetsstämplad information. De fortsätter arbeta med medarbetarnas hälsa och att minska stressen på arbetsplatsen. Kraven de sedan tidigare hade på sina underleverantörer uppdateras 2004 och de möter 12 av dessa underleverantörer för att diskutera mänskliga rättigheter och arbetsförhållanden. Detta visar att de tar sitt etiska ansvar på allvar och ökar företagets trovärdighet. Swedbank tar sitt etiska ansvar genom att arbeta med affäretik och certifierar sina rådgivare för att garantera god kvalitet. Även banken arbetar för personalens hälsa och att de ska ses som en attraktiv arbetsgivare, de vill även att banken ska bli en mer jämställd arbetsplats. Båda företagen arbetar för mångfald för att kunna förstå alla kunder och på så sätt kunna tillgodose deras behov.

### *Miljöansvar*

I Volvos hållbarhetsrapporter ligger fokus främst på miljö och säkerhet, vilket är naturligt för ett företag som tillverkar bilar. Swedbank ändrar fokus i sina rapporter på ett annat sätt än Volvo, men något som förvånade oss var deras genomgående behandling av miljöansvar som ett icke tillverkande företag.

Både Swedbank och Volvo vill att omgivningen ska se det arbete med CSR-frågor som sker inom företagets väggar och väljer därför att legitimera sin verksamhet genom olika certifieringar. Detta ligger helt i linje med legitimitetsteorin som menar att det är omgivningen som godkänner företagets handlingar. Swedbank certifierar sin första bank enligt ISO 14001 år 2001 och 2003 är övriga banker certifierade. Deras affärsområden certifieras enligt ISO 9001 och Funka Nu certifierade dem för deras arbete med syn- och hörselskadade. Volvo ligger ett par år efter inom detta område då alla underleverantörer fortfarande inte är certifierade och de endast är certifierade enligt 14001. Dock är de ett av de företag som är med och tar fram ISO 26000.

Båda företagen har valt att implementera ett miljöledningssystem i sin verksamhet, men Volvos främsta fokus inom miljöansvar ligger på att minska koldioxidutsläppen och att minska bränsleförbrukningen. De arbetar även med att ta fram alternativa bränslen som ska ge en mindre negativ miljöpåverkan. Swedbank beskriver sin miljöpåverkan som direkt och indirekt. Till den direkta påverkan hänvisar de sitt arbete med WWF-kortet där hela kortavgiften går till Världsnaturfonden.

### *Socialt/samhälleligt ansvar*

Swedbanks första hållbarhetsrapport fokuserar mycket på deras samhällsengagemang och det är även detta VD:n väljer att diskutera. De övriga områdena de utgår från i denna rapport är ekonomi och miljö. Rapporten 2005 behandlar uteslutande miljön för att 2007 åter fokusera på samhället, miljön och ekonomi. Om vi bortser från 2005 års rapport ser vi att Swedbank har starkt fokus på samhället i deras CSR-redovisning. Även miljö, lönsamhet och etiska aspekter är områden som behandlas genomgående.

I enlighet med Carrolls filantropiska ansvar deltar båda företagen i en rad olika projekt. Swedbanks projekt har en tydlig anknytning till samhället både i Sverige och internationellt och 2007 engagerar de sig även i ett projekt som har anknytning till miljön. I rapporterna beskriver de inte samtliga projekt de engagerar sig i utan endast ett urval av dessa som representerar inriktningen på deras engagemang. Volvo är däremot mer engagerade i miljöprojekt både i Sverige och internationellt, men de har även olika samhällsprojekt där de i andra länder föreläser om säkerhet för att öka säkerheten även på vägarna.

Swedbank beskriver att de tar sitt sociala/samhälleligt ansvar bland annat genom att vara en bank för alla och anpassa erbjudande till olika kunders behov som att erbjuda speciell service för syn- och hörselskadade och särskilda lån för seniorerna. De säger också att de alltid har varit bra på att ta ett socialt/samhälleligt ansvar men att det är först nu som de har blivit bra på att beskriva det. Volvo definierar sitt sociala ansvar i form av säkerhet, de menar att genom att producera säkra bilar tar de också ett ansvar för samhället. De menar också att genom att de skapar arbetstillfällen och betalar skatt så bidrar de till utvecklingen i samhället.

### *Ekonomiskt ansvar*

Volvo behandlar inte sitt ekonomiska ansvar i sin hållbarhetsrapport, vilket de förklarar med att detta görs endast för hela Ford Motor Company. Swedbank däremot beskriver att arbetet med CSR bidrar till att deras varumärke stärks, att redan befintliga kunder blir mer lojala och att det lockar nya kunder vilket leder till en bättre lönsamhet på lång sikt. Även om Volvo väljer att inte kommentera sitt ekonomiska ansvar arbetar både de och Swedbank med att få företaget så lönsamt som möjligt, vilket är grundpelaren i Carrolls pyramid. Inget av företagen tar upp det juridiska ansvaret i sina rapporter vilket är nästa nivå i pyramiden och då vi inte har studerat deras juridiska ansvar, gör vi endast ett antagande om att företagen följer de lagar som finns. Dessa två ansvarsområden skulle dock kunna strida mot varandra om maximering av vinsten alltid ska prioriteras då detta skulle kunna innebära att lagarna inte kan följas då det är viktigare att företaget är lönsamt.



## 6 Slutsats

*I slutsatsen utgår vi från vår problemformulering och presenterar vad vi kommit fram till i vår studie. Vi avslutar med att ge förslag till framtida studier inom vår studies område.*

---

### 6.1 Slutsats

Syftet med vår studie har varit att studera hur utvecklingen av CSR-redovisningen har sett ut inom fordonsindustrin och finansbranschen. Vi har även jämfört branscherna och upptäckt likheter såväl som skillnader mellan dessa. Vi trodde redan innan vi började studera företagen att vi skulle se vissa skillnader mellan dem. Vissa av dessa antaganden infriades medan andra inte alls stämde. Det fanns också skillnader och likheter dem emellan som vi inte hade tänkt på innan.

*Hur har CSR-redovisningen utvecklats under 2000-talet?*

Volvo har utökat sin rapport och även antalet bilder i den medan Swedbanks CSR-redovisning har minskat för varje år. 2003 valde de att integrera sin CSR-redovisning i årsredovisningen och med detta minskade rapportens omfattning drastiskt och alla bilder uteslöts. Anledningen till att Swedbank har minskat sin rapport för varje år är svår att utläsa. Företaget började med sin CSR-redovisning då GRI var nytt. De kan sedan ha upptäckt att det kostade mycket pengar och andra företag i deras bransch inte valde att engagera sig på samma sätt i dessa frågor. Som Löhman och Steinholtz (2003) påpekar är industribranschen en bransch som ligger i framkant när det gäller CSR. Volvo kan då tänkas uppleva mer påtryckningar från omgivningen, vilket har drivit deras hållbarhetsredovisning framåt genom åren. Volvo är också ett tillverkande företag som verkar på en internationell arena och har ett större behov att legitimera sig gentemot sina intressenter som finns i hela världen.

Båda företagen följer riktlinjer i sin redovisning av CSR. När Volvo började med CSR-redovisning var de anslutna till FN:s Global Compact. 2003 valde de att också komplettera dessa med GRI:s riktlinjer. Detta avspeglar sig i deras hållbarhetsrapport som i och med detta utökades med vissa punkter. Swedbank började däremot ta fram sin rapport utifrån GRI:s riktlinjer och ställde sig 2002 även bakom Global Compact. Inget av företagen har dock tagit steget att låta en utomstående part granska deras CSR-redovisning. Volvo nämner dock redan i den första rapporten att de överväger detta och att de är medvetna om att detta skulle stärka rapportens trovärdighet. Detta tyder på att företaget vet att det skulle förbättra intressenternas syn på deras hållbarhetsredovisning men de väljer att inte göra detta.

*Hur skiljer sig redovisningen av CSR åt mellan branscherna?*

Vi kan genom vår studie inte göra någon generalisering av de båda branscherna. Det är dock mycket av det vi upptäckt i företagens hållbarhetsrapporter som vi anser är typiskt för de branscher företagen verkar i. Volvo är ett tillverkande företag som påverkar miljön i tillverkningsprocessen och deras produkt, bilarna, fortsätter sedan med detta i årtionden efter att de har börjat rulla på vägarna. Det var därför ingen överraskning för oss att företaget lägger stort fokus på miljön i deras CSR-redovisning. Det var mer överraskande att Swedbank som ett icke tillverkande företag genomgående lyfter fram deras påverkan på miljön och i en rapport endast beskriver detta. Swedbanks största fokus riktas mot samhället och även de etiska aspekterna är en viktig del av deras CSR-redovisning. Volvo lyfter även fram säkerheten i deras hållbarhetsrapporter, vilket är en självklarhet då en bil på vägarna som inte

är säker skulle kunna innebära förödande konsekvenser inte bara för företaget, utan för hela samhället.

Vi kan konstatera att Swedbank ligger i framkant när det gäller miljöcertifiering i sin bransch, då deras organisation certifierades redan 2003 enligt ISO 14001. Detta kan vara ett bra sätt för dem att sticka ut bland andra banker då miljöfrågan är en viktig fråga. Volvo har inte kommit lika långt i deras arbete med denna certifiering men är däremot med och tar fram en ny certifiering inom socialt ansvarstagande, ISO 26000. Att Volvo inte har kommit längre inom detta område är förvånande då de i den första hållbarhetsrapporten poängterade att det är av största vikt att både produktionen och underleverantörer ska vara certifierade enligt ISO 14001. Vilket i den sista rapporten fortfarande inte är uppfyllt utan istället har andelen certifierade minskat.

Att fordonsindustrin är en bransch som domineras av män är inget nytt och arbetet för ökad jämställdhet är därför viktigt. Då en stor andel av deras kunder är kvinnor vill de att detta även ska avspeglas i företaget. Redan i Volvos första hållbarhetsrapport sattes det upp mål för att öka jämställdheten i företaget genom att öka andelen kvinnliga chefer och även om andelen kvinnor på chefspositioner har ökat har målen inte uppnåtts. Även Swedbank arbetar för ökad jämställdhet och fler kvinnor på de högre positionerna i företaget. De uppnådde sitt mål om att 35 procent av cheferna och specialisterna ska vara kvinnor redan 2003.

Swedbank beskriver i sin hållbarhetsrapport hur deras arbete med CSR-frågor skapar lönsamhet i företaget. Arbetet med dessa frågor kostar pengar. På detta sätt legitimerar de arbetet med dessa frågor gentemot sina ägare. Det ekonomiska ansvaret var inte möjligt för oss att jämföra mellan företagen då Volvo inte redovisar något om detta i sina hållbarhetsrapporter.

## **6.2 Slutdiskussion**

Syftet med vår uppsats var att studera hur utvecklingen av CSR-redovisningen har sett ut i respektive branscher och hur dessa branscher skiljer sig åt i sin redovisning av CSR. Vi har sett stora skillnader i deras utveckling av hållbarhetsrapporterna. Det finns stora skillnader mellan företagen som grundar sig i att branscherna de verkar skiljer sig mycket åt. Vi anser också att företagets roll i samhället spelar roll i deras redovisning av CSR och vilket förhållande intressenterna har till dem. Smith (2003) menar att människor väljer företag efter hur väl deras värderingar stämmer överens med deras egna. En bil är också något som visar omgivningen vad personen gjort för val. Vilken bank man väljer är däremot inget som syns utåt. Detta avspeglar sig i företagets redovisning där Volvo inriktar mycket av sitt CSR-arbete mot kunderna medan Swedbank har stort fokus mot samhället.

Vi har studerat skillnader i rapporternas bilder som egentligen låg utanför studiens syfte. Swedbanks bilder visar naturen, samhället, människor, chefer som uttalar sig i rapporten och bilder från deras kontor. Detta stämmer väl överens med inriktningen på bankens engagemang. Volvos hållbarhetsrapport består till stor del av bilder och i takt med att rapporten har ökat i sidantal har också antalet bilder ökat. Många av dessa bilder föreställer företagets bilmodeller i olika situationer och ofta exponeras nya modeller som ännu inte har kommit ut på marknaden i rapporten. Det visar på att Volvo även ser sin hållbarhetsrapport som en möjlighet att marknadsföra sina nya produkter. Alla rapporter visar ungefär samma bildmotiv förutom att miljön fått ett större utrymme i den sista rapporten. Den största skillnaden mellan företagets bilder är att Volvo använder hållbarhetsrapporten till att göra

reklam för sina bilmodeller medan Swedbank genom sina betonar sitt engagemang för samhället.

### ***6.3 Förslag till framtida studier***

Vårt förslag till fortsatta studier inom detta ämne är att man går djupare in och intervjuar företagen för att se om företagen verkligen följer den informationen som finns i deras hållbarhetsrapporter. Det skulle också vara intressant att få ta del av företagets egen syn på CSR-frågor och vilken betydelse utvecklingen har haft för dem. Då utvecklingen ständigt går vidare finns det också ett intresse i att göra om studien igen om ett par år för att se om det har framkommit nya ansvarsområden och om företagen fortfarande har fokus på samma områden i sina hållbarhetsrapporter. Man skulle då också kunna ta in fler företag att jämföra med och även inom andra branscher. När Sverige nu har gått in i en lågkonjunktur hade det också varit intressant att undersöka om innehållet i hållbarhetsrapporterna då skiljer sig från dem som företagen har producerat i högkonjunktur.

## REFERENSLISTA

### *Tryckta källor*

Bell, Judith (2000). *Introduktion till forskningsmetodik*. 3. uppl. Lund: Studentlitteratur.

Bergström, Sören, Catasús, Bino & Ljungdahl Fredrik (2002). *Miljöredovisning*. 2. uppl. Malmö: Liber.

Boatright, John R. (2003). *Ethics and the conduct of business*. 4. uppl. New Jersey: Pearson Education.

Carroll, Archie B., (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders, *Journal of Communication Management*, Vol. 7, No.3. pp. 197-208. Tillgänglig: Emerald Insight. (2009-01-22.)

Carroll, Archie B & Buchholtz, Ann K (2006). *Business & Society: Ethics and Stakeholder Management*. 6. uppl. Mason: South-Western.

Falck, Oliver & Heblich, Stephan (2007). Corporate social responsibility: Doing well by doing good. *Business Horizons*, Vol. 50, ss. 247-254. Tillgänglig: Science Direct. (2008-12-08).

Frankental, Peter (2001). Corporate Social Responsibility: a PR invention?. *Corporate Communications: An International Journal*, Vol. 6:1, ss. 18-23. Tillgänglig: Emerald Insight. (2008-12-08).

Freeman, Edward R. (1984). *Strategic management: a stakeholder approach*. Boston: Pitman.

Gray, Rob, Owen, Dave & Adams, Carol (1996). *Accounting and accountability: Changes and challenges in corporate social and environmental reporting*. London: Prentice Hall.

Lag (2003:862) om finansiell rådgivning till konsumenter.

Larsson, Lars-Olle & Ljungdahl, Fredrik (2008). *License to Operate: CSR och hållbarhetsredovisning i praktiken*. Stockholm: Ekerlids förlag.

Lépineux, François (2005). Stakeholder theory, society and social cohesion, *Corporate Governance*, Vol. 5:2, ss. 99-110. Tillgänglig: Business Source Premier. (2008-12-05).

Lundahl, Ulf & Skärvad, Per-Hugo (1999). *Utredningsmetodik för samhällsvetare och ekonomer*. 3. uppl. Lund: Studentlitteratur.

Löhman, Ola & Steinholtz, Daniel (2003). *Det ansvarsfulla företaget: Corporate Social Responsibility i praktiken*. Stockholm: Ekerlids förlag.

O'Donovan, Gary (2002). Environmental disclosure in the annual report: Extending the applicability and predicativ power of legitimacy theory, *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 15:3, ss. 344-371. Tillgänglig: Emerald Insight. (2008-12-09).

Patel, Runa & Davidsson, Bo (1994). *Forskningsmetodikens grunder: Att planera, genomföra och rapportera en undersökning*. 2. uppl. Lund: Studentlitteratur.

Smith, Craig N. (2003). *Corporate Social Responsibility – Whether or how?*. California Management Review, Vol 45:4, ss. 52-76. Tillgänglig: Business Source Premier. (2008-12-09).

### **Internet**

Alrutz, Marie (2008). *Det här är CSR*. (Elektronisk).

Tillgänglig: <<http://www.chef.se/dynamisk/index.php/index/artikel/det-haer-aer-csr/188127.html>> (2008-11-25).

BMG Trada Certifiering (2009). *ISO 9001*. (Elektronisk). Tillgänglig: <<http://www.bmgtradacert.se/defaultpage.aspx?pageid=107>> (2009-01-11).

Funka Nu. *Bolagsfakta*. (Elektronisk). Tillgänglig: <<http://www.funkanu.se/Om-Funka/Funka-Nu-AB/Bolagsfakta/>> (2008-12-17).

International Organization for Standardization (2008a). *Discover ISO*. (Elektronisk). Tillgänglig: <[http://www.iso.org/iso/about/discover-iso\\_the-iso-brand.htm](http://www.iso.org/iso/about/discover-iso_the-iso-brand.htm)> (2008-12-21).

International Organization for Standardization (2008b). *ISO 9000 essentials*. (Elektronisk). Tillgänglig: <[http://www.iso.org/iso/iso\\_catalogue/management\\_standards/iso\\_9000\\_iso\\_14000/iso\\_9000\\_essentials.htm](http://www.iso.org/iso/iso_catalogue/management_standards/iso_9000_iso_14000/iso_9000_essentials.htm)> (2008-12-30).

International Organization for Standardization (2009). *Social Responsibility*. (Elektronisk). Tillgänglig: <<http://isotc.iso.org/livelink/livelink/fetch/2000/2122/830949/3934883/3935096/home.html?nodeid=4451259&vernum=0>> (2009-01-03).

Global Reporting Initiative (2008). *Sustainable Reporting Guidelines*. (Elektronisk). Tillgänglig: <[http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/ED9E9B36-AB54-4DE1-BFF2-5F735235CA44/0/G3\\_GuidelinesENU.pdf](http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/ED9E9B36-AB54-4DE1-BFF2-5F735235CA44/0/G3_GuidelinesENU.pdf)> (2008-12-30).

Nationalencyklopedin. (Elektronisk). Tillgänglig: <<http://www.ne.se/sok/intressent>> (2009-01-11).

Nutek (2007). *Mer om ISO 14001 och EMAS*. (Elektronisk). Tillgänglig: <<http://www.nutek.se/sb/d/215/a/776>> (2007-11-27).

SIS (2009). *Socialt ansvarstagande-SIS/TK 478*. (Elektronisk). Tillgänglig: <<http://www.sis.se/DesktopDefault.aspx?tabName=%40projekt&PROJID=1478&menuItemID=8723>> (2009-01-03).

Swedbank (2008). *Corporate Social Responsibility (CSR) policy*. (Elektronisk). Tillgänglig: <<http://www.swedbank.se/sst/inf/out/infOutWww1/0,,220288,00.html>> (2008-12-12).

## **Bilaga**

### ***Checklista***

Vad fokuserar de på i hållbarhetsrapporten?

Hur omfattande är rapporten?

Fylls rapporten ut med bilder, i vilken omfattning?

Vad har de för mål?

Uppfyller företaget de mål som finns i tidigare hållbarhetsrapporter?

Vad tar de för miljöansvar?

Hur arbetar de med den långsiktiga ekonomin?

Hur jobbar de med etiska frågor?

På vilket sätt tar de socialt/samhälleligt ansvar?

Vilka certifieringar och projekt arbetar de med inom de ovan nämnda områdena?