



Handelshögskolan  
VID GÖTEBORGS UNIVERSITET

# Hållbarhetsredovisning

---

Vad beror statliga företags hållbarhetsredovisning  
på?

**Magisteruppsats**  
**Handelshögskolan Göteborg**  
**Handledare: Kristina Jonäll**  
**Av: Angelica Holmgren**  
**Selma Poljo**

## **Förord**

*Efter att vi nu färdigställt vår magisteruppsats vill vi tacka de personer som gjort vår studie möjlig att genomföra.*

*Vi vill därför framföra ett stort tack till våra handledare vid Handelshögskolan vid Göteborgs Universitet, Kristina Jonäll och Marina Grahovar, för de idéer och den konstruktiva kritik vi fått under arbetets gång.*

*Göteborg, juni 2010*

*Angelica Holmgren*

*Selma Poljo*

## **Abstract**

People of today's society become more aware and care more about where the products and services they use come from. State owned companies in Sweden are required to follow GRI guidelines from the year of 2008. These requirements are now no longer optional for the state owned companies; they must prepare financial statements and reports where information on environmental, social responsibility, and employees should be included. This presentation is called Corporate Social Responsibility (CSR). Are the guidelines necessary to get the companies to account for these areas, or is it the pressure from the society that determines what the company must include in their accounts? What factors in addition to the guidelines introduced in 2007 can explain changes in state owned company's corporate social responsibilities? The objective is to identify changes in two state owned companies and two privately owned companies. In order to investigate, compare and show whether there are other factors than the introduction of the GRI which determines the amount and focus of sustainability.

The selected companies are Systembolaget, Swedish Match, Green Cargo and Schenker. To be able to answer the question the companies disclosures have been examined and compared to privately owned companies. This study shows that other factors than the guidelines from GRI affect the state owned company's information in the annual reports when it comes to CSR. The factors that might affect are the societies and the stakeholder's thoughts, expectations and values, the publicity in media and the different events during the year.

## Sammanfattning

Magisteruppsats i företagsekonomi, Handelshögskolan Göteborg,  
Extern redovisning, Kurskod FEA415, VT 2010

**Författare:** Angelica Holmgren och Selma Poljo

**Handledare:** Kristina Jonäll

**Titel:** Hållbarhetsredovisning – *Vad beror de statliga företagens hållbarhetsredovisning på?*

---

**Bakgrund och problem:** Människor i dagens samhälle blir mer och mer medvetna och bryr sig mer om vart ifrån de produkter och tjänster de använder kommer ifrån. Begreppet hållbarhetsredovisning har därför blivit allt viktigare för företagen. De statliga företagen måste följa GRIs riktlinjer från och med år 2008. Hållbarhetsredovisning är inte längre frivilligt för de statligt ägda företagen, utan de måste i årsredovisningarna utarbeta rapporter där informationen kring miljöaspekter, socialt ansvar samt medarbetare redovisas. Men är kravet nödvändig för att få företagen att redovisa dessa områden, eller finns det andra påtryckningar som avgör vad företagen inkluderar i sin redovisning? Vilka faktorer utöver riktlinjerna som infördes 2007 kan förklara vad förändringar i de statliga företagens hållbarhetsredovisning beror på?

**Syfte:** Syftet är att kartlägga förändringar i två statliga företag samt två privatägda företag. Detta för att undersöka, jämföra och visa om det finns andra faktorer än införandet av GRI som avgör mängden och fokuset i hållbarhetsredovisning.

**Avgränsningar:** Studien kommer enbart att behandla de förändringar som kan hänvisas till de teorier som behandlas i den teoretiska referensramen. Hållbarhetsredovisningen består av ekonomiska, sociala och miljömässiga aspekter, studien kommer inte behandla den ekonomiska aspekten.

**Metod:** I studien studeras två statligt ägda företag och två privatägda företag i samma bransch. De företag som omfattas i studien är Systembolaget, Swedish Match, Green Cargo och Schenker. Studien baseras på en textanalys av företagens årsredovisningar för år 2001, 2005, 2007, 2008 och 2009.

**Resultat och slutsatser:** Studien visar att det finns andra faktorer än införandet av GRIs riktlinjer som ligger bakom de statliga företagens hållbarhetsredovisning. GRIs riktlinjer har visat sig medföra små förändringar till de statliga bolagens hållbarhetsredovisning. Det finns andra faktorer som är av större betydelse. De faktorer som studien visar kan ha bidragit till förändringar i hållbarhetsredovisningen är samhällets och intressenternas krav, förväntningar och värderingar, media samt händelser som skett under året.

**Förslag till vidare forskning:** Det skulle vara intressant att göra samma studie i ett senare skede. Detta för att se om företagen fortsätter att utveckla sin hållbarhetsredovisning eller om det stannar av. I detta fall förutsätts det att GRIs riktlinjer inte förändras. Det vore även intressant att undersöka flera statliga företag i fler branscher och se om det är samma påverkansfaktorer som påverkar i andra branscher.

## Innehållsförteckning

1. Inledning .....	7
1.1 Bakgrund.....	7
1.2 Problemdiskussion .....	8
1.3 Problemformulering.....	8
1.4 Syfte.....	8
1.5 Avgränsning .....	8
1.6 Studiens disposition .....	9
2. Metod.....	10
2.1 Val av ämne.....	10
2.2 Datainsamling.....	10
2.3 Motivering till valda företag.....	10
2.4 Bearbetning av de valda företagens årsredovisningar .....	11
2.5 Studiens trovärdighet .....	11
2.6 Källkritik .....	12
3. Teoretisk referensram.....	13
3.1 Hållbarhetsredovisning.....	13
3.1.1 Triple Bottom Line .....	14
3.2 GRI .....	14
3.2.1 Miljö .....	15
3.2.2 Socialt .....	15
3.2.3 Klassificering.....	16
3.3 Legitimitetsteorin.....	16
3.4 Intressentteorin .....	18
3.5 Institutionell teori.....	21
4. Empiri .....	23
4.1 Systembolaget AB .....	23
4.1.1 Företagsfakta .....	23
4.1.2 2001 .....	23
4.1.3 2005 .....	23
4.1.4 2007 .....	24
4.1.5 2008 .....	25
4.1.6 2009 .....	26
4.2 Swedish Match .....	26
4.2.1 Företagsfakta .....	26
4.2.2 2001 .....	26
4.2.3 2005 .....	27
4.2.4 2007 .....	27
4.2.5 2008 .....	28
4.2.6 2009 .....	28
4.3 Green Cargo .....	29

4.3.1 Företagsfakta .....	29
4.3.2 2001 .....	29
4.3.3 2005 .....	30
4.3.4 2007 .....	30
4.3.5 2008 .....	31
4.3.6 2009 .....	32
4.4 Schenker AB.....	32
4.4.1 Företagsfakta .....	32
4.4.2 2001 .....	32
4.4.3 2005 .....	33
4.4.4 2007 .....	33
4.4.5 2008 .....	34
4.4.6 2009 .....	34
5. Analys .....	36
5.1 Systembolaget och Swedish Match.....	36
5.1.1 Införandet av GRIs riktlinjer .....	36
5.1.2 Möjliga orsaker till förändringar.....	36
5.2 Green Cargo och Schenker .....	40
5.2.1 Införandet av GRIs riktlinjer .....	40
5.2.2 Möjliga orsaker till förändringar.....	40
6. Resultat.....	44
6.1 Reflektioner .....	44
6.2 Slutsats .....	45
6.3 Studiens bidrag .....	46
6.4 Förslag till vidare forskning .....	46
7. Källförteckning .....	47
Figur 1 Disposition .....	9
Figur 2 Triple Bottom Line (Elkington, 1994) .....	14
Figur 3 Intressentmodellen.....	19
Figur 4 Påverkansfaktorer på statliga företags hållbarhetsredovisning .....	44

BILAGA 1 - Matriser

## 1. Inledning

---

**I** detta inledande kapitel presenteras en bakgrund till hållbarhetsredovisning och varför det är ett aktuellt ämne för företag idag. Vidare förs en diskussion kring införandet av kravet för de statliga bolagen att följa GRIs riktlinjer. Problemdiskussionen leder fram till en frågeställning som innefattar vad de statliga företagens hållbarhetsredovisning beror på. Kapitlet beskriver även studiens syfte och avgränsningar samt avslutas med en illustration av studiens disposition.

---

### 1.1 Bakgrund

Hållbarhetsredovisning är ett brett begrepp som behandlar mätning och presentation av det ansvar som företagen har gentemot sina intressenter. Termen används för att beskriva redovisningen av ekonomisk, miljömässig och social påverkan både inom och utanför företaget. (G3 – Guidelines, 2006) Begreppet benämns ofta Corporate Social Responsibility (CSR) och innebär fördelar för de företag som använder sig av det. Fördelarna är inte bara ekonomiska utan kan även leda till bättre uppfattning om företaget, öka antalet lojala kunder på grund av goda etiska värderingar men även öka medvetandet i företagskulturen. (Kanji, 2010) I denna studie kommer begreppet benämnas hållbarhetsredovisning.

FN gav i uppdrag till Världskommissionen för Miljö och Utveckling, i slutet av 1980-talet, att redogöra för sambandet mellan ekonomisk utveckling och miljöförstöring. Detta kallades för Brundtlandkommissionen och ämnade att ena världens miljörelser runt en definition av begreppet hållbarhet. Konceptet hållbar utveckling föddes och så även definitionen: *”En hållbar utveckling tillfredsställer dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillfredsställa sina behov”*. (Grankvist, P. 2009)

Enligt Kanji (2010) blir människor i dagens samhälle mer och mer miljömedvetna och bryr sig allt mer om vart ifrån de produkter och tjänster som de använder kommer ifrån. Även de sociala förhållandena blir viktiga. Under 2000-talet har företag visat tecken på ett ökat medvetande kring etiska och mänskliga rättigheter. Företag visar även mer och mer att de tar ekonomiskt, socialt och miljömässigt ansvar. Lagar och andra krav från samhället ställer stora krav på företagen att förbättra sina processer och handlingar.

Staten är en viktig företagsägare i Sverige och de statligt ägda företagen representerar stora finansiella värden. Företagen ägs av det svenska folket, skattebetalarna, vilket ställer stora krav på att öppet förmedla information till samhället. Regeringen beslutade i november 2007 att samtliga statligt ägda företag ska hållbarhetsredovisa enligt GRIs (Global Reporting Initiative) riktlinjer från och med räkenskapsår 2008. Detta för att de statliga företagen ska ligga i framkant vad gäller hållbarhetsredovisning samt vara föredömen för andra företag för att visa att ägarna tar ansvar för utveckling inom etik, miljö, jämställdhet, mänskliga rättigheter och mångfald. Det är styrelsen i företaget som ansvarar för dessa frågor och att de redovisas i enlighet med GRIs riktlinjer. Dessa riktlinjer är ett komplement till övriga lagar som samtliga företag måste följa, exempelvis årsredovisningslagen, bokföringslagen och aktiebolagslagen. (Näringslivsdepartementet, 2007)

GRIs ramverk fungerar som ett redovisningsramverk för företags ekonomiska, miljömässiga och sociala påverkan. Det är utformat så att det kan användas för att beskriva olika typer av företag, oberoende av storlek, bransch eller geografisk hemvist. Riktlinjerna för redovisningen av hållbarhet innefattar principer för att definiera redovisningens innehåll och för att säkra kvaliteten på den redovisade informationen. (G3- Guidelines, 2006)

## 1.2 Problemdiskussion

Enligt de riktlinjer för extern rapportering som regeringen beslutade om i november 2007 ska samtliga statligt ägda företag från och med räkenskapsåret 2008 presentera en hållbarhetsredovisning enligt GRI:s riktlinjer (Regeringens skrivelse 2008/09:120). Företagen kan välja mellan att följa riktlinjerna eller att förklara och motivera varför de gjort avvikelser från dem i enlighet med principen ”följa eller förklara” (Näringslivsdepartementet, 2007). Med denna valmöjlighet finns det indikationer på att andra faktorer än kravet att följa riktlinjerna ligger till grund för de statliga företagens hållbarhetsredovisning. Är hållbarhetsredovisningen inte relevant för företagen kan kostnaden vara större än nyttan av att upprätthålla den. Om inte hållbarhetsredovisningen hade varit relevant för de statliga företagen borde de välja att avvika från GRI:s riktlinjer. Det är därför intressant att jämföra statliga företags hållbarhetsredovisning med icke statliga företag över tid, för att visa vilka ytterligare faktorer som kan ligga bakom företags hållbarhetsredovisning.

Samhällets förväntningar och åsikter har stor inverkan på hur det går för företagen. I synnerhet för de statligt ägda då det är skattebetalarna som äger och finansierar dessa företag. Behövs det verkligen ett krav att följa vissa riktlinjer för att företagen ska hållbarhetsredovisa eller är det andra faktorer som påverkar mängden hållbarhetsredovisning?

Samhället och andra intressenter vill ha information som säkrar att företaget gör rätt ifrån sig för att kunna avgöra om de vill vara en del av organisationen eller inte (Donaldson & Preston, 1995). Intressentteorin, legitimitetsteorin och institutionella teorin används för att beskriva och förklara dessa egenskaper och beteenden hos företagen. Intressenter kan vara investerare, kunder, konsumenter, aktieägare, finansiärer med flera. Det vore med detta underlag intressant att undersöka om det enbart är på grund av kravet att följa GRI:s riktlinjer som de statliga företagens hållbarhetsredovisning har förändrats eller om det även beror på andra faktorer.

Då riktlinjerna är relativt nya och begreppet hållbarhetsredovisning blir allt viktigare, är det relevant att undersöka vilka ytterligare faktorer utöver riktlinjerna som påverkar hållbarhetsredovisningen i de statliga företagen. Detta leder fram till följande problemformulering.

## 1.3 Problemformulering

Vilka faktorer utöver riktlinjerna som infördes 2007 kan förklara vad förändringar i de statliga företagens hållbarhetsredovisning beror på?

## 1.4 Syfte

Syftet med studien är att kartlägga förändringar i två statliga företags hållbarhetsredovisning samt två privatägda företag. Detta för att undersöka, jämföra och visa om det finns andra faktorer än införandet av riktlinjer som mängden information, och vad som faktiskt står i hållbarhetsredovisningen beror på.

## 1.5 Avgränsning

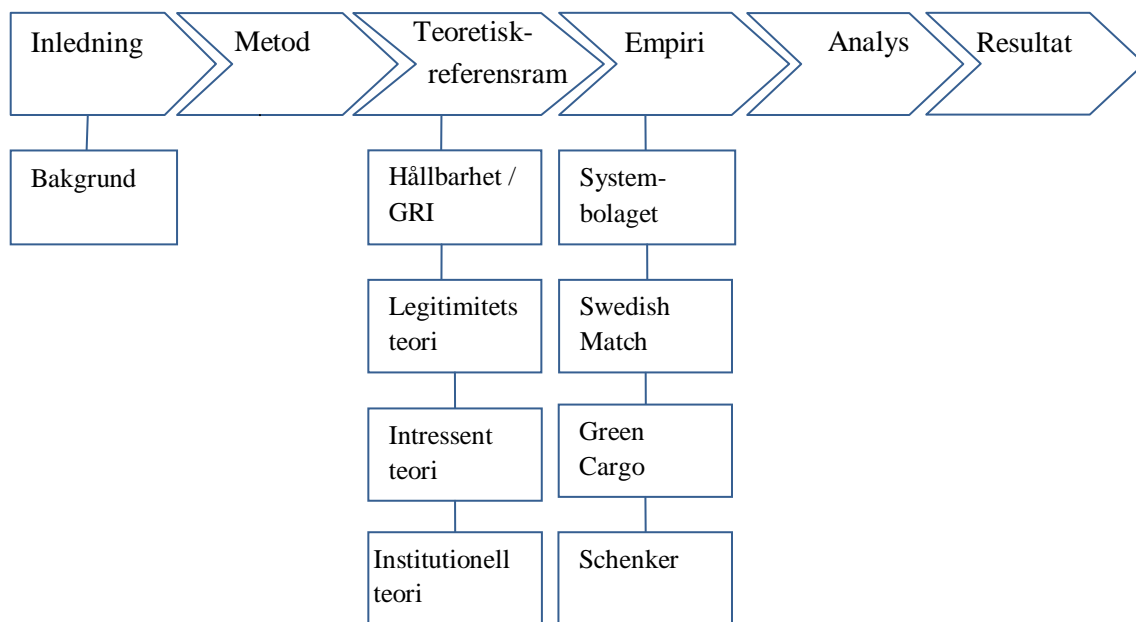
Studien kommer enbart ta hänsyn till de förändringar som kan hänvisas till de teorier som behandlas i den teoretiska referensramen. Förändringar som beror på andra aspekter tas därför inte med i studien. Hållbarhetsredovisning innehåller ekonomiska, sociala och miljömässiga aspekter, studien kommer dock inte behandla den ekonomiska aspekten på grund av begränsningar i studiens omfattning



## 1.6 Studiens disposition

Uppsatsen inleds av ett kapitel som behandlar bakgrunden till studien och leder sedan fram till frågeställningen. Därefter följer metodkapitlet där de metodiska vägvalen presenteras. Det vill säga hur författarna har gått till väga och varför. Referensramen är den bakgrund som behövs för att presentera och förklara de begrepp, riktlinjer samt teorier som är grunden för studien. I efterföljande kapitel redovisas de valda företagens resultat vad gäller information om miljö, socialt ansvar och medarbetare i årsredovisningarna. I analyskapitlet kopplas empirin till referensramens teorier för att utmytna i ett resultat. Avslutningsvis presenteras författarnas reflektioner och frågan besvaras i studiens slutsats.

Disposition och övergripande innehåll illustreras i figuren nedan:



Figur 1 Disposition

## 2. Metod

---

**M**etodkapitlet beskriver hur studiens ämne och företag valts ut. Kapitlet beskriver även tillvägagångssättet vid insamling och redovisande av data. Metoden avslutas sedan med en diskussion kring studiens trovärdighet och källkritik.

---

### 2.1 Val av ämne.

Studiens ämne grundades i det intresse som växte fram då författarna under sin utbildning lärde sig mer om den frivilliga redovisningen i årsredovisningarna. Det framgick då att hållbarhetsredovisning är något som är väldigt aktuellt i dagens samhälle. År 2007 infördes även ett krav för de svenska statliga företagen som innebär att det är obligatoriskt att redovisa hållbarhetsfrågor i årsredovisningarna. Detta förknippat med den forskning som finns idag, där forskare undersöker varför företagen redovisar information, gav författarna en idé till uppsatsämne. Det vill säga att jämföra statliga företags hållbarhetsredovisning med företag i samma bransch för att se om eventuella förändringar kan bero på andra faktorer än riktlinjernas införande. Ämnet är aktuellt då dagens samhälle ställer krav på hur företagen behandlar och hanterar sociala frågor, miljö och medarbetare. Detta tillsammans med statens krav för statliga företag att följa GRIs riktlinjer i hållbarhetsredovisning gör ämnet relevant och värt att undersöka. Detta motiverar valet av huvudfråga, som är: Vilka faktorer utöver riktlinjerna som infördes år 2007 kan förklara vad förändringar i de statliga företagens hållbarhetsredovisning beror på?

### 2.2 Datainsamling

Studien baseras på information från redan existerande källor. Källorna kommer från regelverk, årsredovisningar, teoriböcker, internet, samt vetenskapliga artiklar. Detta för att få fram rätt och relevant information. Författarna valde att inledningsvis söka efter tidigare forskning kring CSR rapportering. Syftet med detta var att hitta relevanta källor som är användbara för studien. I tredje kapitlet inleds den teoretiska referensramen där hållbarhetsrapportering, GRI, legitimitetsteori, intressentteori samt institutionell teori belyses. Hållbarhetsredovisningsavsnittet ämnar att ge grundläggande information och kunskap kring ämnet för att ge förståelse kring de resonemang som görs senare i studien. GRI avsnittet är nödvändigt då det är de riktlinjer som de statliga bolagen måste följa. Här är GRIs hemsida och de dokument som de publicerat huvudkällan.

Studien utgår från forskaren Deegans perspektiv vad gäller legitimitets-, intressent-, och institutionell teori. Detta då han behandlar teorierna i anslutning till företags redovisning och frivilliga information. Deegans forskning är välkänd och accepterad i artiklar och läroböcker. Denna information kompletteras sedan med andra forskare och författares åsikter och undersökningar för att kunna analysera ur ett bredare perspektiv. I studien tas ingen hänsyn till agentteori då den behandlar en annan syn på varför företag redovisar information. Agentteori kan inte kopplas till de andra tre teorierna utan behandlar en annan utgångspunkt.

### 2.3 Motivering till valda företag

Företagen som valdes för studien är fyra företag inom två branscher. Branscherna som valdes är dagligvaruhandel med försäljning av alkohol och tobak där det sociala ansvaret borde vara stort, men även transport och logistikbranschen som borde ta stort miljöansvar. Branscherna är relevanta då det kan finnas incitament till att försköna verksamheten då de faktiskt har stor påverkan på omvärlden på olika sätt. De företag som valdes är därför Systembolaget, som är statligt ägt samt Swedish Match som är ett svenskt tobaksföretag. De logistikföretag som valdes är Green Cargo som är statligt ägt och Schenker som är ett internationellt transportföretag. Undersökningen baseras på både statligt ägda och privatägda företag för att

lättare kunna urskilja andra motiv till hållbarhetsredovisning i svenska statliga företag samt för att kunna se hur mycket införandet av riktlinjerna faktiskt har påverkat de statliga företagen.

De årtal som behandlas i studien är 2001, 2005, 2007, 2008 och 2009. Dessa årtal valdes för att kunna kartlägga förändringar i företags hållbarhetsredovisning under en längre period. År 2008 och 2009 är särskilt utvalda på grund av att kravet att följa GRIs riktlinjer för de statliga bolagen. Genom att jämföra dessa två årtal går det att se förändringar som tillkommit även efter riktlinjernas införande. 2007 valdes på grund av att införandet av riktlinjerna fastställdes under detta år. Det är därför intressant att se hur hållbarhetsredovisningen ser ut i företagen innan GRIs riktlinjer införts men då beslutet är taget. Detta då vetskapen om en kommande krav att följa riktlinjer kan påverka företagets rapportering. Årtalen 2001 och 2005 valdes för att tydligare visa hur hållbarhetsredovisningen har förändrats under 2000-talet. Studien omfattar inte samtliga årtal under 2000-talet på grund av tidsbrist men även på grund av studiens fokus på införandet av riktlinjerna. Årtalen omkring införandet är därför mer relevanta.

## **2.4 Bearbetning av de valda företagens årsredovisningar**

Vid framtagandet av studiens empiridel granskades och analyserades företagens hållbarhetsredovisning i årsredovisningarna genom en textanalys. För de företag som inte hade ett speciellt avsnitt benämnt hållbarhetsredovisning analyserades de delar som tillhör de tre huvudområdena miljö, socialt ansvar och medarbetare. Författarna granskade företagens hållbarhetsredovisning år för år, med start år 2001. De områden som granskades under hållbarhet är miljö, socialt ansvar och medarbetare. Varje avsnitt undersöktes grundligt för att se vilka olika rubriker och fokus företagen hade varje år. För områden utan rubriker söktes ett genomgående fokus eller tema i texterna. Det författarna då tittade på var ofta använda ord eller begrepp för att kunna benämna fokuset eller temat. Efter att olika områden och fokus togs ut uppskattades mängden information som företaget redovisade. Detta gjordes genom att räkna antalet sidor och utrymme som de tre olika områdena fått, inklusive bilder. Meningar valdes sedan ut ur texten för att kunna styrka de teorier som studien bygger på. För att minska subjektiviteten innefattar studien enbart de meningar som båda författarna valde vid granskning av årsredovisningarna och inte de meningar som enbart valdes utav en av författarna. Mängden information och fokuset kartlades sedan i matriser för att enklare kunna se vilka områden som återkom och vilka som förändrades. Författarna tog enbart hänsyn till den information som fanns i de frivilliga upplysningarna. Det vill säga information som fanns i förvaltningsberättelse och finansiella rapporter togs inte med. Förändringarna och de utvalda meningarna analyserades sedan utifrån de valda teorierna för att visa vad som låg bakom företagens hållbarhetsredovisning.

## **2.5 Studiens trovärdighet**

Företagens hållbarhetsredovisning undersöktes och kopplades till kända teorier med stor trovärdighet för att göra studien tillförlitlig och relevant. Då studien baseras på författarnas tolkning av både årsredovisningar, teorier och införande av GRIs riktlinjer kommer analys och resultat naturligt ha färgats av författarnas egna bedömningar, kunskap och erfarenheter. Resultat som redovisas bör därför alltid ifrågasättas kritiskt. För att öka trovärdigheten och jämförbarheten undersöktes två olika branscher samt flera årtal för att stärka de resultat och slutsatser som genererades. Genom att studiens tillvägagångssätt och analysmetod förklaras öppet i avsnittet ovan reduceras risken för subjektiva bedömningar. Samtliga läsare får information om hur studien har gjorts och kan då bedöma om informationen och resultatet av studien är relevant för dem.

## 2.6 Källkritik

Källorna som användes i studien hittades först och främst genom databasen Business Source Premier från Göteborgs Universitetsbibliotek. De böcker som användes hämtades även de från universitetsbibliotekets hemsida. Årsredovisningarna laddades ner i pdf-filer från företagens hemsidor eller beställdes från de enskilda företagen. De valda källorna är relevanta för att ge en bredare bild av de valda teorierna samt för att få en förståelse för det valda ämnet som undersöks i studien. Artiklar som användes i studien är relevanta och oberoende då de är granskade av andra oberoende parter. Årsredovisningar kan anses vara färgade av företagets personliga och ekonomiska intressen. Då studien ämnade undersöka vad företagen redovisar ansågs årsredovisningarna ändå vara en relevant källa. Det lades stor vikt i att få fram så aktuell information som möjligt för att ge en bra bild av hur dagens hållbarhetsredovisning har utvecklats. Författarna försökte även att hitta information från olika källor för att få olika synvinklar vilket ökar trovärdigheten i studien. De hemsidor som användes är trovärdiga då det är seriösa och stora organisationer som är grundare.

### 3. Teoretisk referensram

---

**D**en teoretiska referensramen inleds med en förklaring av hållbarhetsredovisning samt dess bakgrund. Detta leder till en beskrivning av organisationen GRI och de områden som deras riktlinjer omfattar. Vidare presenteras legitimitets-, intressent- och institutionell teori för att påvisa vad det kan finnas för underliggande orsaker till hållbarhetsredovisning.

---

#### 3.1 Hållbarhetsredovisning

Hållbarhetsredovisning handlar om företagens frivilliga samhällsansvar uppdelat i tre områden: ekonomiskt ansvarstagande, miljömässigt ansvarstagande och socialt ansvarstagande.

Det finns olika faktorer som ligger bakom den kraftiga ökningen av antalet företag som hållbarhetsredovisar ett socialt och miljömässigt ansvar. Först och främst har konsumenter i hela världen blivit mer och mer medvetna om de miljömässiga och sociala konsekvenserna av sina inköp och därmed tar de dessa frågor i beaktande när de fattar sina beslut. (Kanji, 2010)

Ekonomiskt ansvarstagande handlar om att driva företaget mot vinstmaximering. Genom detta tas det ansvar för både företaget i sig, då man tryggar framtiden men även för aktieägarna då de får avkastning på investerat kapital. Miljömässigt ansvarstagande handlar om att driva företaget så att det inte påverkar jorden och naturresurserna negativt. Med socialt ansvarstagande menas att företaget driver sin verksamhet på ett sätt som kännetecknar en god samhällsmedborgare med hänsyn till andra medborgares välbefinnande och hälsa. Detta oavsett om de är anställda, jobbar hos underleverantörer eller är konsumenter. (Granqvist, 2009)

Enligt Kanji (2010) innebär ett hållbart ansvarstagande att driva en verksamhet på ett socialt ansvarstagande sätt vari företaget:

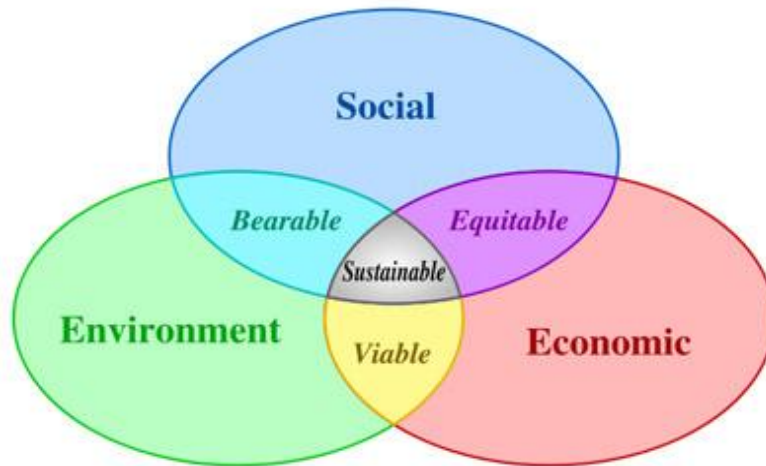
- Åtar sig etisk praxis i anställning och arbetskraft genom förbättring av arbetsplatsen.
- Engagerar sig i att bygga lokala samhällen och kommunicerar med berörda i samhället. Detta i avseende till de konsekvenser företagets politik och produkter har.
- Investerar i att bygga social infrastruktur
- Bidrar till en renare miljö, dess skydd och hållbarhet.
- Bidrar genom sin bolagsstyrning till den ekonomiska utvecklingen i stort.

Enligt Kanji (2010) gäller det att balansera dessa områden på ett optimalt sätt för att ha en långsiktig hållbar utveckling i företaget. Det går inte att fokusera på en eller två av dem och ignorera någon annan. Effektiv hållbarhetsredovisning handlar om att företag ska maximera sina positiva effekter på samhället och på samma gång maximera sin egen avkastning.

Kritik mot hållbarhetsredovisning är att många globala företag som exempelvis British American Tobak och McDonalds utformar en hållbarhetsredovisning till allmänheten för att rättfärdiga deras etiska frågor om deras kärnverksamhet. Ett exempel är de negativa hälsoeffekterna av tobak som ofta minskas eller förskönas i företagens hållbarhetsredovisning. (McKibben, 2006).

### 3.1.1 Triple Bottom Line

Triple Bottom Line (TBL) lanserades år 1994 av den brittiska hållbarhetsexperten John Elkington och används för att förklara hållbarhetsredovisning i företag.



Figur 2 Triple Bottom Line (Elkington, 1994)

Enligt Elkington (1994) så bör företagen även redovisa hur de bidragit till att minska sin miljöpåverkan och ökat sitt sociala ansvarstagande som ett komplement till de finansiella resultaten. Med socialt ansvar mäts hur väl företagen ser efter sina anställda och det samhälle de verkar i. I detta inkluderas arbetsförhållanden, löneavtal, fortbildning, sjuklön med mera. Miljömässiga resultat mäts utifrån hur väl företaget tar ansvar för miljön som de påverkar. Detta kan göras på en mängd olika sätt, exempelvis genom att minska energiförbrukning, minska sina utsläpp eller ställa om sin produktion för att ta bort miljöfarliga ämnen. Den ekonomiska aspekten handlar om att företaget redovisar sina vinster, investeringar, utdelningar och andra aktiviteter som intressenterna kan vara intresserade av. (Crane & Matten, 2007) Denna aspekt behandlas dock inte vidare i studien då fokus ligger på det sociala ansvaret och miljön.

Elkington menar att samtliga tre delar i Triple Bottom Line räknas in i företagets sammantagna resultat. Detta synsätt är ett hjälpmedel för företagen att se på sin verksamhet från fler aspekter än det ekonomiska. (Crane & Matten, 2007).

### 3.2 GRI

En av den hållbara utvecklingens största utmaningar är kravet på företag och människor att göra nya innovativa val och att tänka på nya sätt. Denna utveckling i teknik och kunskap bidrar till ekonomisk utveckling. Den ger även en möjlighet att motverka risker och hot mot en hållbar utveckling för samhället, miljön och ekonomin. Riskerna och hoten som finns för hållbar utveckling är stora och kräver snabba åtgärder. Detta samtidigt som det finns många olika tillvägagångssätt och möjligheter för företagen att hantera dessa situationer. Transparens beträffande ekonomisk, miljömässig och social påverkan blir därför grundläggande för att företag ska ha effektiva relationer till intressenter, investeringsbeslut och andra marknadsförhållanden. GRIs mål är att möta dessa behov av transparens genom ett accepterat

och trovärdigt ramverk för hållbarhetsredovisning. Ramverket kan användas av alla företag, oberoende storlek, bransch och geografisk förekomst. (G3 – guidelines, 2006)

GRI är en nätverksbaserad organisation som arbetar med utvecklandet av världens mest använda hållbarhetsredovisningsramverk. För att försäkra högsta möjliga grad av teknisk kvalitet, pålitlighet och relevans utvecklas ramverket genom en samstämmighetssökande process med globala deltagare i form av företag, samhället, arbetskraft och professionella institutioner. Ramverket sätter riktlinjer och principer som företag kan använda för att mäta och redovisa sitt ekonomiska, miljömässiga och sociala deltagande. Hjärnstenen av ramverket är Riktlinjerna för hållbarhetsredovisning (Sustainability Reporting Guidelines). Den senaste versionen publicerades 2006 och heter G3-Guidelines.

Hållbarhetsredovisning enligt GRIs ramverk kan användas för att jämföra företags kapacitet i fråga om lagar, normer och regler. Det kan även göra en jämförelse av prestationsnormer och frivilliga initiativ som tas av företagen. Företagen kan genom att följa detta ramverk visa organisatoriska engagemang för hållbar utveckling och det går då jämföra organisationer prestationer över tid. Detta underlättar för både företaget och dess intressenter eftersom det leder till ökad jämförbarhet. (Global Reporting Initiatives hemsida)

GRIs riktlinjer består av principer för att definiera redovisningens innehåll och för att säkerställa den redovisade informationens kvalitet. Riktlinjerna för hållbarhetsredovisning består även av standardupplysningar som resultatindikatorer och andra upplysningskrav, samt vägledning för vissa tekniska delar. Dessa tre huvuddelar av GRI är lika viktiga för hållbarhetsredovisningen.

GRI har delat upp resultatindikationerna i de tre frågorna miljö, socialt och ekonomiskt. Som nämnts ovan behandlas dock inte de ekonomiska aspekterna. Upplýsningarna ska ge en översiktlig bild av hur företaget arbetar med olika aspekter inom dessa områden. (G3 – Guidelines, 2006)

### 3.2.1 Miljö

Det miljömässiga perspektivet av hållbarhet omfattar företagets påverkan på det naturliga systemet, inklusive ekosystem, mark, luft och vatten. Indikatorerna innefattar resultat kopplade till de insatser som gjorts. Företagen ska då hållbarhetsredovisa om exempelvis material, energi och vatten samt utsläpp, avloppsvatten och avfall. Företaget ska även beskriva hur de arbetar med den biologiska mångfalden, miljöefterlevnad och annan viktig information som miljökostnad och påverkan från produkter och tjänster. Det kan gälla transport, mål gällande de resultat som rör miljöaspekterna, miljöpolicy, organisatoriskt ansvar samt utbildning och kunskap inom området. Företagen bör även informera om den uppföljning och övervakning de arbetar med inom exempelvis leverantörskedjan. Även i denna kategori finns klara indikationer på vad företagen ska titta på. (G3-guidelines, 2006)

### 3.2.2 Socialt

Det sociala området är uppdelat i anställningsförhållanden och arbetsvillkor, mänskliga rättigheter, organisationens roll i samhället och produktansvar

Kategorin anställningsförhållanden och arbetsvillkor bygger på internationellt gällande standarder som Förenta Nationernas deklaration om mänskliga rättigheter, konventionen om de medborgerliga rättigheterna, konventionen om de ekonomiska, sociala och kulturella rättigheterna med flera. Företagen beskriver i denna del om anställning, relationer mellan anställda och ledning, hälsa och säkerhet i arbetet, utbildning samt mångfald och jämställdhet.

De indikatorer som GRI satt upp för de mänskliga rättigheterna ställer krav på företag att redovisa i vilken utsträckning mänskliga rättigheter beaktas vid val av leverantörer och vid investeringar. Även denna del täcks av allmängiltiga internationella standarder. Indikationerna täcker även de anställdas utbildning i mänskliga rättigheter samt icke-diskriminering, barnarbete med mera.

Vilken roll organisationen har i samhället beror på hur mycket företaget påverkar samhället som det verkar i. Indikatorerna i denna del ger information om hur de risker som kan uppstå hanteras och balanseras. Särskilt viktigt är de risker som har ett sammanhang med korruption, otillbörlig politisk påverkan och konkurrenshämmande aktiviteter.

Företag måste ge information om hur företagets produkter och tjänster direkt eller indirekt påverkar kunder. Särskilt vad avser hälsa och säkerhet, information och märkning, marknadsföring och kundernas integritet. (G3-guidelines, 2006)

### 3.2.3 Klassificering

När företag upprättat en hållbarhetsredovisning enligt GRI bedömer de själva på vilken nivå det är. Nivåerna som används är C, B och A där A är den högsta nivån. Om hållbarhetsredovisningen blir granskad och godkänd av en utomstående part eller av GRI själva får företaget ett plus (+) efter bokstaven. Dessa klassificeringar finns för att företagen tydligt ska informera läsare i vilken omfattning de använt ramverket och dess principer. Det innebär att man tydliggör vilka delar av GRIs ramverk som används i redovisningen. (GRIs tillämpningsnivåer, 2006)

### 3.3 Legitimitetsteorin

De grunder som legitimitetsteori och intressentteorin bygger på härstammar från den politiskt ekonomiska teorin. Det politiska ekonomiska perspektivet uppfattar redovisningsrapporter som sociala, politiska och ekonomiska dokument. Där grundtanken är att samhället, politik och ekonomi är oskiljaktiga samt att de ekonomiska frågorna inte kan undersökas på ett rättvist sätt om den politiska och den sociala ramen där den ekonomiska aktiviteten i företaget äger rum saknas. (Grey et. al., 1996)

Legitimitetsteorin och intressentteorin är inte konkurrerande utan finns en del överlappning mellan teorierna. På grund av detta så använder sig många forskare av mer än en teori för att ge en förklaring till ledningens redovisning. (Fiedler och Deegan, 2002) Det finns motståndare till detta ("purister"), de menar att en forskare enbart kan omfatta en tanke av världen (Deegan, 2002). Detta behandlas dock inte närmare då studien använder olika teorier som komplement till varandra.

Legitimitetsteorin hävdar att organisationer ständigt strävar efter att verka och handla enligt och inom de normer och gränser som finns inom samhället. Det vill säga att de uppfattas som legitima av utomstående parter. Normer och gränser anses inte vara fasta utan förändras över tid och därför måste företagen svara på dessa förändringar för att handla i enighet med samhällets värderingar. (Deegan & Unerman, 2005) Legitimitet definieras som ett tillstånd eller status som existerar när ett företags värdesystem är överensstämmande med det värdesystem som finns i det större sociala system där företaget verkar. Om det finns skillnader i värderingarna, faktiska eller potentiella, uppstår det ett hot mot företagets legitimitet. (Lindblom, 1994)

Legitimitetsteorin bygger på idén att det finns ett socialt kontrakt mellan företaget och det samhälle företaget verkar i. Det sociala kontraktet är inte lätt att definiera, men begreppet används för att presentera de många krav som samhället har på företaget för att det ska få



bedriva sin verksamhet. (Deegan & Unerman, 2005) Företag existerar alltså i den mån de särskilda kraven av samhällena är uppfyllda, och då ger samhället företaget tillstånd i form av legitimitet.

Det sociala kontraktet existerar mellan företag och enskilda medlemmar av samhället. Samhället ger företagen befogenhet att äga och använda naturresurser och att anställa medarbetare. Företagen utnyttjar samhällets resurser både genom produktion av varor och genom tjänster samt ökar utsläppen i miljön. Företagen har ingen rätt till dessa förmåner och på grund av detta förväntar sig samhället att fördelarna överstiger kostnaderna för samhället. (Matthews, 1993) Ett företags överlevnad kommer att hotas om samhället uppfattar att företaget har brutit mot samhällskontraktet. Om samhället inte anser att företaget verkar på ett godtagbart eller legitimt sätt, kan samhället se till att företaget inte längre kan fortsätta sin verksamhet. Detta kan göras genom att exempelvis minska eller eliminera efterfrågan på produkten från företaget. Det kan även vara så att leverantörer eliminerar utbudet av arbetskraft eller att regeringen inför högre skatter. Böter eller lagar kan införas för att förhindra dessa åtgärder som inte stämmer överens med förväntningarna i samhället. (Deegan et. al. 2000)

Legitimitet anses vara en resurs som företaget är beroende av för att överleva (Dowling & Pfeffer, 1975). Men det är en resurs som företagen också kan påverka eller manipulera (Woodward et al. 1996). Legitimitetsstrategier som företag kan använda sig av varierar beroende på om de försöker få, underhålla eller reparera den legitimitet företaget har. Att upprätthålla legitimitet kan vara lättare än att skaffa och reparera den (O'Donovan, 2002). För att behålla eller skapa legitimitet har Lindblom (1994) identifierat fyra handlingsplaner för företaget.

- Att utbilda och informera omgivningen om de verkliga förhållandena i företagets verksamhet och dess resultat.
- Ändra omgivningens syn på företaget men inte ändra företagets beteende.
- Manipulera uppfattningen genom att förflytta uppmärksamheten på ett annat problem.
- Förändra de externa förväntningarna.

Även Dowling och Pfeffer (1975) har tagit fram tre punkter som företaget bör välja för att öka sin kommunikation med samhället som bidrar till ökad legitimitet.

- Företagen kan anpassa sin produktion, mål och arbetsmetoder för att de ska överstämja med den rådande legitimiteten i samhället.
- Företagen kan med kommunikation försöka förändra definitionen av legitimitet så att den överstämmer med företagets produktion och värden.
- Företaget kan genom kommunikation försöka att bli kopplad till starka symboler och institutioner som redan har en stark legitimitet i samhället.

Enligt Lindblom (1994) och Dowling & Pfeffer (1975) kan årsredovisningar och annan offentlig information användas för att implementera alla ovanstående strategier för att få legitimitet. Företag kan exempelvis använda de offentliga dokumenten för att motverka eller kompensera för tidigare oönskad publicitet eller för att informera om aktiviteter och handlingar som tidigare var okänt för de intresserade. Redovisningen kan även användas för att dra uppmärksamhet till saker som gjorts bra, exempelvis om företaget vunnit för sitt miljöarbete eller implementerat särskilda säkerhetsåtgärder. Det kan även vara så att information kring utsläpp, olyckor eller liknande försummas och inte får lika mycket utrymme som det positiva. De menar vidare att redovisningen ofta används för att legitimera företaget

gentemot samhället. Det finns alltså en strategi bakom vad som publiceras i redovisningen och vad som inte gör det.

Förändringar i samhället återspeglas i de årliga rapporterna. Det som stödjer legitimitetsteorin är att det finns resultat som visar att de frågor som väckte störst uppmärksamhet i media var också de frågor som fick störst uppmärksamhet i de årliga rapporterna enligt (Deegan, 2002). Detta argument stöds även av fler forskare som anser att ledningen ger ut sina upplysningar i de årliga rapporterna som svar på medias frågor. (O'Donovan, 2002)

Det finns olika incitament till att ledningen frivilligt rapporterar om de sociala och miljömässiga aspekterna i företaget. Några anledningar kan vara att:

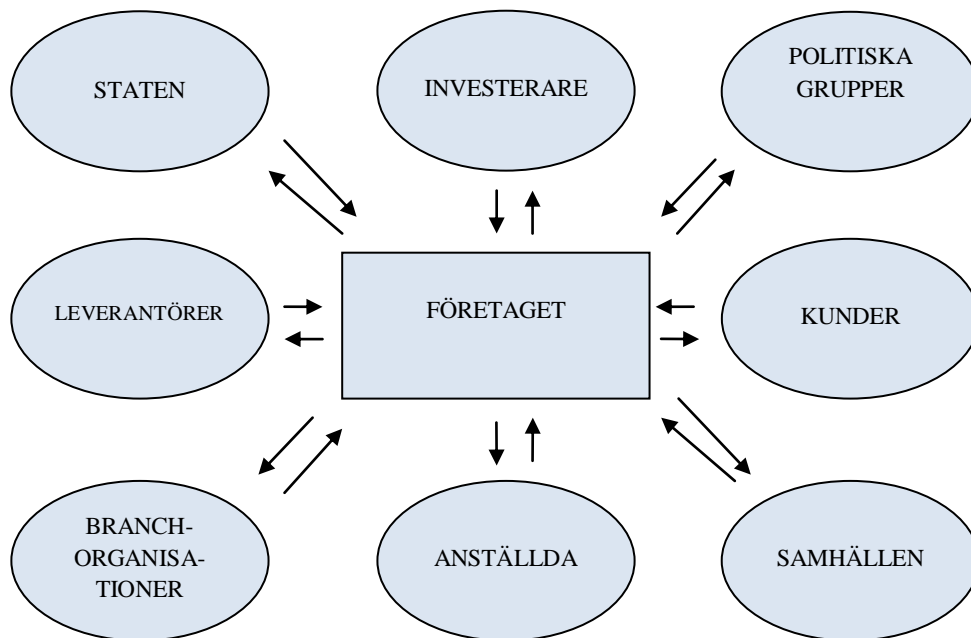
- Företagets önskan om att uppfylla rättsliga krav. Men detta är inte någon större motivation då en hel del länder saknar krav på sociala och miljömässiga upplysningar i redovisningen. (Deegan & Unerman, 2005)
- Ekonomisk rationalitet, det vill säga att det kan finnas ekonomiska fördelar med att redovisa och det är det som är motivationen snarare än att få någon form av social acceptans. (Friedman, 1962).
- Det kan finnas en tro på att man har ansvar och skyldighet till att rapportera det vill säga att ledningen tycker att samhället har rätt till informationen. Oberoende av kostnaderna för rapporteringen. Att detta skulle vara en dominerande orsak är osannolikt då företagen är verksamma i ett kapitalistiskt system. (Hasnas, 1998, Donaldson & Preston, 1995)
- Företagen kan redovisa för att följa de gemensamma förväntningarna som kanske finns i den bransch företaget verkar i. (Deegan, 2002)
- Företaget kan redovisa som svar på en hotad legitimitet. Om företaget exempelvis har fått negativ uppmärksamhet i media i särskilda miljömässiga eller sociala händelser, rapporteringen används då för att rentvå företaget. (Deegan et. al., 2000, 2002, Patten, 1992).
- För att vinna särskilda utmärkelser. Det finns ett antal miljömässiga, sociala och hållbarhetsredovisnings priser som erbjuds i flertal länder. Många företag lägger ner en hel del arbete på att vinna dessa utmärkelser, eftersom det kan i sin tur ge positiva effekter för ryktet av företaget. (Deegan & Carrol, 1993).

Det finns fler motiv för företagen att hållbarhetsredovisa. Samtliga ovanstående exempel är ett sätt för företaget att skapa legitimitet genom att redovisa information om sitt sociala ansvar, miljömässiga ansvar och sina medarbetare och kommer därför användas för att styrka legitimitetsteorins inflytande i företagets hållbarhetsredovisning.

### 3.4 Intressentteorin

En intressent definieras av Freeman och Reed år 1983 som någon identifierbar grupp eller person som kan påverka genomförandet av företagets mål, eller som påverkas av genomförandet av målen. Detta kan vara offentliga intressegrupper, myndigheter, branschorganisationer, konkurrenter, fackföreningar, anställda, kunder, aktieägare, media med flera. En snävare definition är istället en identifierbar grupp eller individ som organisationen är beroende av för att överleva. Detta är då anställda, viktiga leverantörer, kundsegment, vissa finansinstitut med flera. (Freeman & Reed, 1983) Detta är vad Clarkson benämner som primära intressenter. De sekundära intressenterna är inte engagerade i transaktionerna i företaget, har inte gjort några insatser och är inte avgörande för företagets fortlevnad. (Clarkson, 1995)

Intressentteorin förklaras, tolkas och används på många olika sätt och de bevis och argument för användandet är ibland motsägelsefulla. (Donaldson & Preston, 1995) Intressentteorin fungerar som ett samlingsbegrepp som representerar olika teorier som tar upp problem som är associerade till förhållandet mellan företag och intressenter. Detta inkluderar intressenternas rättigheter, intressenternas makt och effektiv hantering av intressenter. (Deegan & Unerman, 2005) Följande modell används för att beskriva förhållandena mellan företaget och dess intressenter:



Figur 3 Intressentmodellen

Vid första anblicken finns det inte några indikationer på att det görs prioriteringar mellan intressenters intressen och förmåner över andras menar Donaldson och Preston (1995). Därför är pilarna i modellen i båda riktningarna. Alla intressentrelationer är lika viktiga. Ur företagets perspektiv är redovisningens roll ett verktyg för att hantera och tillmötesgå olika intressenters krav och på det viset legitimerar företagets verksamhet. På det här sättet kan intressentteorin och legitimitetsteorin ses som ett komplement till varandra. Intressentteorin beskriver företagets relationer till intressenterna och legitimitetsteorin innebär olika strategier för företaget att legitimeras gentemot dessa intressenter. Teorierna är dock inte identiska utan betonar olika saker. (Ljungdahl F, 1999) Eftersom det finns olika grupper med olika åsikter och synsätt på hur företagen ska skötas i samhället, accepterar intressentteorin att det finns många olika sociala kontrakt med olika intressentgrupper istället för ett kontrakt med samhället i stort. (Deegan & Unerman, 2005)

Enligt Deegan (2002) finns två olika perspektiv inom intressentteorin, normativa perspektivet och det instrumentala perspektivet.

Den normativa delen av intressentteorin argumenterar för att alla intressenter har rätt att bli rättvist behandlade av företaget och att problem på grund av intressenters makt inte är relevant. I detta perspektiv av intressentteorin måste ledningen ge samtliga intressenters intresse lika stor uppmärksamhet och övervägande. Om det uppstår en konflikt ska det hanteras så att en så bra balans som möjligt finns mellan intressenterna. Det kan då hända att företagen måste offra någon intressents intresse framför en annan vilket tyder på att företagen faktiskt har socialt ansvar ur ett normativt perspektiv. Varje intressent ser till sina egna intressen och det kan krävas att företaget frångår det ekonomiska intresset för att ta hand om

moraliska aspekter då företag faktiskt har stor social påverkan i människors liv. Detta synsätt anser inte att det finns primära och sekundära intressenter, alla intressenter har vissa minimum krav och rättigheter som inte bör kränkas. Enligt detta synsätt har alla intressenter rätt att förse med sådan information som visar hur företaget påverkar dem. Detta kan vara information om exempelvis utsläpp, sponsring, initiativ till anställdas säkerhet med mera. Detta har de rätt till även om de väljer att inte använda informationen och även om detta inte har en direkt inverkan på överlevnaden av företaget. (Deegan & Unerman, 2005)

Det instrumentala perspektivet av intressentteorin delar upp intressenterna i olika grupper. Intressenterna är identifierade av företaget med hänsyn till i vilken utsträckning företaget anser att samspelet med varje grupp måste hanteras för att öka intresset i företaget. Ju viktigare intressenten är för företaget desto mer anstränger sig företaget för att hantera relationen. Information är ett sätt för företaget att hantera intressenterna för att få deras stöd och godkännande. Det kan även användas för att manipulera intressenterna och då distrahera deras motstånd och ogillande. (Gray, Owen & Adams, 1996)

I detta synsätt betraktas olika intressentgrupper i samhället och hur dessa ska hanteras på bästa sätt för att företaget ska överleva. Intressenternas förväntningar beräknas påverka företagets verksamhetsupplysningar och policys. Företaget ger inte samma respons till samtliga intressenter utan fokuserar på de med mest makt, det vill säga de primära intressenterna. Den möjlighet som intressenterna har att påverka företagsledningen ses som en funktion av intressentens grad av kontroll över de resurser som krävs i företaget. Ju mer kritiska intressenterna är mot fortsatt framgång i företaget desto högre förväntningar kommer företaget behandla. Ett framgångsrikt företag är de företag som kan tillfredsställa olika viktiga intressegruppers krav. (Deegan & Unerman, 2005)

Freeman (1984) diskuterar kraften av intressenters påverkan på företagens beslut. En viktig del av företagsledning är att bedöma vikten av att möta intressenternas efterfrågan för att kunna uppnå de strategiska mål som företaget har. Intressenternas efterfrågan, krav och förväntningar kan förändras över tid, företaget måste därför fortsätta anpassa sina verksamhets- och upplysningsstrategier. I takt med att intressenternas inverkan på företaget ökar, ökar vikten av att möta intressenternas behov. En del av denna efterfrågan kan avse tillhandahållandet av information om företagets handlingar. Ju viktigare en intressents stöd eller resurser är för företaget desto större chans att intressenternas förväntningar kommer inkluderas i företagets verksamhet. (Freeman, 1984) Resurserna behöver inte vara ekonomiskt kvantifierbara, men om resurserna uteblir påverkar det företaget ekonomiskt menar Ljungdahl (1999). Genom denna synvinkel kommer många av företagets aktiviteter och offentliga rapporter vara direkt relaterade till de förväntningar som särskilda intressenter har. Det är även så att företaget kommer ha incitament att upplysa och informera om deras olika program och initiativ för varje intressegrupp för att klargöra att de arbetar efter deras förväntningar. (Freeman, 1984)

Roberts (1992) menar att handlingar kring socialt ansvar är användbart i utvecklingen och behållandet av tillfredställda förhållanden med aktieägare, borgenärer och politiska organ. Att utveckla ett gott rykte om företaget genom att vara aktiv inom det sociala ansvaret är en del av strategin för att hantera intressentrelationer. (Roberts, 1992)

Donaldson och Preston (1995) tar upp ett tredje perspektiv där intressentteorin ämnar beskriva och förklara specifika företagsegenskaper och beteende.

### 3.5 Institutionell teori

Institutionell teori har utvecklats inom organisationsteorin sedan 1970-talet. Även om teorin har blivit viktig inom organisationsanalyser har även en del redovisningsforskare använt teorin.

Institutionella teorin är relevant vid studier av företagets frivilliga redovisningspraxis då det ger ett komplement till intressentteorin och legitimitetsteorin. Detta då den ger en förståelse av hur organisationer förstår och svarar till förändringar i sociala och institutionella tryck och förväntningar. Institutionella teorin länkar samman organisations praxis såsom redovisning och verksamhetsrapportering med de värderingar som finns i samhället som företaget existerar i och ett behov av att upprätthålla legitimitet. (Deegan & Unerman, 2005)

Institutionell teori föreslår vikten av att redovisa företagets sociala kultur och miljöarbete. Den förklarar även användandet av redovisning som rationalisering för att bibehålla företagets legitimitet och möjligheten att bryta sambandet mellan dessa rationaliserade redovisningsmetoder från de processer som är tekniska och administrativa. (Dillard, Rigsby & Goodman, 2004) Institutionell teori förklarar därför hur vissa processer blir institutionaliserade i vissa organisationer på grund av att organisationer försöker anpassa uppfattningarna om deras metoder och egenskaper med sociala och kulturella värden genom dessa processer. Teorin kan därför ses som ett komplement till legitimitets- och intressentteorin.

Det finns två huvuddelar i institutionella teorin, isomorfism och frikoppling. De kan båda vara av relevans vid förklaring av företags frivilliga redovisning. Dimaggio & Powell (1983) identifierar tre olika isomorfiska processer där institutionella metoder så som frivillig redovisning förändras och anpassas. Den första är tvingande och innebär att organisationen enbart kommer att förändra sina institutionella metoder på grund av tryck från de intressenter som företaget beror på. Denna process har ett starkt samband med intressentteorin. I detta fall redovisar företaget den frivilliga information som stämmer överrens med de största intressenternas värderingar. Företaget är tvunget att anpassa sin existerande frivilliga redovisning samt de metoder de använder i enlighet med de förväntningar och den efterfrågan som de viktigaste intressenterna har även om det kan innebära att ignorera andra intressenters åsikter. Detta inkluderar även anpassning av vilka frågor som redovisas. (Dimaggio & Powell, 1983)

Den andra processen Dimaggio & Powell (1983) specificerar är den härmande. Studier har visat att företag inom vissa branscher har liknande policys och processer och att det är de ledande företagen som styr detta och övriga tar efter. Detta gör de för att behålla sina intressenter och visa att de är legitima gentemot samhället. Om ett företag inte följer ett företag i samma bransch och det anses minska dennes legitimitet så kan företaget förlora legitimitet och intressenter. Det vill säga företag förändrar och anpassar de frivilliga upplysningarna för att behålla sina konkurrensfördelar. Detta innebär dock att utan ett underliggande tvång från intressenterna så skulle inte företagen känna sig tvungna att följa övriga företag. Bibehållandet av intressenterna är det som ökar konkurrensfördelarna.

Den sista processen är den normativa. Denna process avser de tryck som kommer från gruppnormer att anta vissa institutionella metoder. Vad gäller företagets redovisning så hänförs de förväntningar som finns vad gäller att professionella redovisare och revisorer i företaget ska följa de redovisningsstandarder som finns när de utformar redovisningsrapporterna. Vad gäller den frivilliga redovisningen kan detta tryck uppstå genom mindre formella gruppträck, från både formella och informella grupper. Detta kan leda till producering av kollektiva ledningsåsikter för eller emot vissa typer av redovisningsmetoder.

Till exempel åsikter om lämpligheten och nödvändigheten att tillhandahålla olika aktörer med social och miljörelaterad information via företagets redovisning. (Dimaggio & Powell, 1983)

Den frikopplande delen av institutionella teorin menar att även chefer kan uppfatta ett behov att organisationen borde anta vissa institutionella metoder och cheferna kanske till och med utvecklar formella processer som syftar till att genomföra dessa metoder. Faktiska organisatoriska lösningar kan vara mycket olika de processer och metoder som presenteras offentligt. Därmed kan de faktiskt existerande förhållande frikopplas från enbart skenbart institutionaliserade metoder. I frivillig redovisning kan detta vara det faktum att företagen kan måla en bild av företaget i dess rapporter genom information om socialt och miljömässigt ansvar som inte stämmer överrens med hur de agerar i verkligheten. Företaget kanske överdriver vikten av att ta ett socialt och miljömässigt ansvar när det som egentligen är viktigaste för dem är att gå med vinst. (Deegan & Unerman, 2005)

## 4. Empiri

---

*I det empiriska kapitlet presenteras en sammanställning av empirisk data som samlats in genom granskning av fyra olika företags årsredovisningar. Företagen som presenteras är Systembolaget, Swedish Match, Green Cargo och Schenker. Varje företag presenteras årsvis och under rubrikerna miljö, socialt ansvar och medarbetare.*

---

Det insamlade materialet i denna empiridel kommer från företagens publicerade årsredovisningar för åren 2001, 2005, 2007, 2008 och 2009. I bilaga 1 sammanfattas nedanstående information i två matriser för att tydliggöra kartläggningen av företagens hållbarhetsredovisning.

### 4.1 Systembolaget AB

#### 4.1.1 Företagsfakta

I mitten på 1800-talet startade Sveriges och världens första alkoholmonopol och 1955 slogs de lokala monopolerna ihop till Systembolaget. Systembolaget ägs av den svenska staten och deras uppdrag är att begränsa alkoholens skadeverkningar. Systembolaget säljer alkoholhaltiga drycker och sortimentet är ett av världens bredaste. De har cirka 3000 artiklar av öl, vin och sprit från ett 40-tal länder i det ordinarie sortimentet och lika många i beställningssortimentet. Det finns 410 butiker i Sverige och samtliga ska en dag vara självbetjäningsbutiker.

#### 4.1.2 2001

År 2001 har Systembolaget ingen hållbarhetsredovisning. Det finns små korta avsnitt om miljö och medarbetare. Allt som allt är informationen inte ens en sida av årsredovisningens 32 sidor.

**Miljö:** År 2001 genomförde Systembolaget en översiktlig miljöutredning av verksamheten. De ville jämföra olika aktiviteters miljöpåverkan för att sedan kunna fokusera på de aktiviteter som har särskild påverkan på miljön. Identifieringen av dessa ledde till en utformning av nya mål och policys för miljöarbete inom organisationen. Informationen är på 10 rader.

**Medarbetare:** Medarbetarna behandlas i de frivilliga upplysningarna under rubriken mångfald i arbetslivet. I de frivilliga upplysningarna fokuseras det på jämställdhet och mångfald. Det har utarbetats en policy vad gäller dessa aspekter men även en handlingsplan. Detta för att öka jämställdheten mellan könen men även för att möta de diskrimineringslagar som kom 1999 angående arbetsförhållanden, etniska trakasserier, rekrytering och utbildning. Även denna information är på ca 10 rader.

#### 4.1.3 2005

År 2005 syns en tydlig förändring. Hållbar utveckling finns med under en egen rubrik där områden som etik, miljö och engagemang i alkoholfrågor tas upp. Även medarbetare har en egen rubrik med underrubriker så som mångfald, arbetsmiljö och sjukfrånvaro. 13 sidor av årsredovisningens 100 sidor innehåller information som kan hänföras till hållbarhetsredovisning.

**Miljö:** År 2005 har Systembolaget utvecklat sin information om miljö till en hel sida i årsredovisningen. *"Målet är att Systembolaget och de produkter vi säljer ska påverka miljön så lite som möjligt. Vi arbetar aktivt för att minska vår miljöpåverkan."* skriver de i årsredovisningen. De skriver även att varje butik ska sälja minst en sorts rött och en sorts vitt ekologiskt vin. Det finns information om transporterens påverkan mellan butikerna och det arbete de gör för att minska utsläppen. Miljöstationer finns i varje butik och 99 % av allt material som Systembolaget använder återanvänds.

**Socialt ansvar:** Detta år är det stort fokus på det ansvar Systembolaget har över folks hälsa och att ha kontroll över alkoholkonsumtionen. Informationen är på 12 sidor och de informerar om att de inte strävar efter vinstmaximering och fördelarna med detaljhandelsmonopolet. Även ålderskontroller är en stor del inom att sälja med ansvar. Det finns ett helt avsnitt om arbetet mot korruption där de beskriver ett existerande fall och vad de gör för att förhindra att sådant händer igen. Avsnittet informerar även vad de gjort för att skärpa kontrollen på leverantörer och anställda då det fått stor uppmärksamhet i media. De har även satsat pengar i projektet IQ som ska bidra till bättre alkoholhantering men även lyfta fram alkoholfrågan i samhället. Målet är att detta ska förändra svenska folkets beteende och tänkande vad gäller alkohol. Detta år finns även ett eget avsnitt om etiska värderingar i företaget.

**Medarbetare:** Detta år finns ett helt eget avsnitt kring medarbetarna som är på fyra sidor i årsredovisningen. Systembolaget beskriver i medarbetaravsnittet vad de gjort för att förbättra den situation som bevisades år 2003 om mutor och bestickningar i företaget. Detta kallar de nystarten. De beskriver även hur de gör för att hålla kompetensnivån hög i företaget och hur viktiga medarbetarnas kunskaper är för dem. Systembolaget använder sig av ett nöjd medarbetarindex (NMI) och mätverktyget visar vad som kan göras bättre och vad som behöver prioriteras. Vidare informeras det även om mångfald och jämställdhet, personalomsättning, sjukfrånvaro och arbetsmiljö.

#### 4.1.4 2007

År 2007 har hållbarhetsredovisningen utökats ytterligare, informationen om medarbetare, socialt ansvar och miljö är numera 20 sidor långt av 118 sidor. Det sociala ansvaret och medarbetarna är det som är i fokus och miljön vävs in i dessa delar. ”*Systembolagets hållbarhetsarbete utgår ifrån FN initiativet Global Compacts principer för miljö, mänskliga rättigheter, korruption och arbetsmiljö.*”

**Miljö:** År 2007 omfattar tre och en halv sida information om miljö. Det är då uppdelat i rubrikerna: ekologiska produkter, byggmaterial, energiförbrukning, transporter och personaltransporter. Det tillkommer även ett avsnitt om restprodukthantering. År 2007 nämner de utöver vad de nämnt de andra åren att de har en miljöarbetsgrupp som arbetar med de olika områdena. Informationen om ekologiska produkter har ökat och de nämner även att de ekologiska produkterna följer EU:s krav på vad som är ekologiskt odlat. Systembolaget skriver hur de påverkar miljön och vad de gör för att minska den. Ett exempel är att transporter samkörs för att minska utsläppen och personalen uppmanas att välja det miljövänligaste alternativet.

**Socialt Ansvar:** Informationen om det sociala ansvaret är på 16 sidor. Det lyfts fram att Systembolaget numera samarbetar med polisen vad gäller försäljningsregler, langning och ålderskontroller. De samarbetar med Fruktdrycker för att öka de alkoholfria alternativen i butikerna och kommunikationen. Systembolaget har ett råd för alkoholforskning (SRA) som de ger ekonomiskt stöd till. IQ-initiativet som startades 2005 fortsätter och numera utvecklar de filmer och kampanjer för att informera om alkoholens negativa effekter. IQ projektet har detta år fokuserat på att öka medvetandet hos ungdomar. Till den årliga informationen om monopol och minskad alkoholkonsumtion läggs nu även skatteaspekten till och Systembolaget menar att det är den samt monoopolet som påverkar mängden alkohol som dricks. De styrker detta med Holderrapporten som gjorts av forskare. Rapporten visar att om monoopolet försvinner ökar alkoholkonsumtionen.



**Medarbetare:** Medarbetarna har även detta år ett eget avsnitt som är fyra sidor långt. Utöver föregående års information så behandlas KORUS - ett gemensamt arbetssätt, årsarbetstid, nya policys för personalarbetet och säkerhet. KORUS, som står för Kompetens Och Roll Utvecklings System, är Systembolagets arbete med att förtydliga och förädla medarbetarprocessen. Detta har utvecklats ytterligare under år 2007 och de beskriver hur de har utvecklat sina roller, kompetenser, utvecklingssamtal med mera. Jämställdhet och mångfald har utvecklats och år 2007 finns tydliga diagram över förhållandet mellan män och kvinnor i organisationen.

#### 4.1.5 2008

År 2008 har det utöver årsredovisningen tillkommit en GRI rapport och årsredovisningen heter numera ansvarsredovisning. Det vill säga att år 2008 redovisar Systembolaget sin hållbarhetsredovisning enligt GRIs riktlinjer. I ansvarsredovisningen finns 25 sidor som kan hänföras till miljö, socialt ansvar och medarbetare. Det största fokuset ligger fortfarande på det sociala ansvaret och medarbetarna. Texten varvas nu med bilder på nöjda medarbetare för att ge en positiv bild av företaget.

**Miljö:** Miljöavsnittet har liknande rubriker som föregående år och samma fokus och är på sex sidor. Endast ett nytt område kan urskiljas och det är ett kort stycke om bärkasse av återvunnen plast. Informationens omfattning har inte heller förändrats utan består av fyra sidors text.

**Socialt ansvar:** Det sociala ansvaret har ett utrymme i Systembolagets hållbarhetsredovisning på 12 sidor. Även detta år är det stort fokus på monoopolet och de mäter vad folk tycker om det genom ett opinionsindex. *"Legitimiteten för vårt företag är direkt kopplat till hur väl vi uttolkar, lever upp till och fullföljer detta uppdrag. Det är detta som sammantaget definierar vår själ."* Information och fokus i det sociala ansvaret är ungefär detsamma som föregående år. IQ projekten ökar och nya projekt planeras varje år. Nytt för år 2008 är avsnittet om en ansvarsfull leverantörskedja. Detta har definierats som en viktig del i den CSR-riskanalys som Systembolaget gjort. Där lyfts vikten av att leverantörerna vet hur de ska agera i det dagliga arbetet vad gäller arbetsvillkor, mänskliga rättigheter, miljö och korruption. Detta har fått relativt stor plats i redovisningen och informationen är på fyra sidor.

**Medarbetare:** Informationen om medarbetarna är numera åtta sidor lång och utöver föregående års information tillkommer här Systembolagets värderingar, butikschefers ansvar, sommarrekrytering, alkohol och drogpolicy. Inom detta område beskrivs även de etiska riktlinjer som finns för arbetet och att det ständigt förs en dialog om etik i företaget. Det har även tillkommit tydliga regler för att förhindra korruption då detta uppmärksammats som ett stort riskområde. *"Systembolaget har i ett fall under 2008 agerat mot en anställd med anledning av reglerna för kontakter med leverantörer. Den anställda har varslats om uppsägning med anledning av att ha tagit emot varugåvor i strid mot företagets regler om leverantörskontakter. Den aktuella leverantören kontaktades och vidtog åtgärder med anledning av händelsen."*

**GRI bilaga:** Denna bilaga är ny för år 2008 och är 8 sidor lång. År 2008 upprättar Systembolaget en hållbarhetsredovisning på nivå C+. I bilagan beskrivs även det nya nordiska alkoholmonopolsamarbetet som inleddes år 2008. Målet är att tillsammans arbeta för en miljömässigt, socialt och etiskt hållbar dryckesleverantörskedja. I denna bilaga står även vilka indikatorer som följs och vart i ansvarsredovisningen de går att hitta.

#### 4.1.6 2009

År 2009 finns det inte längre några tydliga rubriker till vart det går att hitta information om hållbarhetsfrågor.

**Miljö:** Miljön har inte längre ett eget avsnitt utan nämns genomgående i hela ansvarsredovisningen. Miljön tas särskilt upp i samband med företagets intressenter. Under informationen om kunder finns ett avsnitt om ett löpande miljöarbete. Det tillkommer ytterligare information vad gäller leverantörernas påverkan på miljön senare i ansvarsredovisningen. Denna information är två sidor lång och fokuserar på samma områden som tidigare år, det vill säga samdistribution och miljöpåverkan. Här tillkommer även vilka CSR-krav Systembolaget har på sina leverantörer för att de ska verka för en bättre miljö. Nya mål har utformats för ett bättre miljötank hos leverantörer och valda arbetssätt.

**Socialt ansvar:** Informationen är detta år uppdelad mot olika intressenter och är genomgående med i de frivilliga upplysningarna. Informationen är på omkring 17 sidor. Det sociala ansvaret har även detta år störst utrymme i ansvarsredovisningen och informationen som ges är ungefär densamma som föregående år. Det sociala ansvaret och CSR genomsyrar hela ansvarsredovisningen år 2009 och de redogör för varje område mer utförligt och djupare än 2008. De har information och bilder om när de var nere i Afrika på ett av plantagen. De beskriver då att de varit där för att arbetsvillkoren i producentleden uppmärksammats i media.

**Medarbetare:** Även detta år är medarbetarinformationen på åtta sidor men varje område har fått större utrymme och bilderna har minskat. Detta år har även medarbetarna fått svara på om de anser att Systembolaget verkar på ett hållbart sätt och det finns tydliga siffror på anställningsfördelning och personalomsättning.

**GRI bilaga:** GRI bilagan har utökats till hela 18 sidor och innehåller samma saker som förut men fler indikatorer. Detta då Systembolaget detta år klassificerar sig till nivån B+. De har även lagt till en kartläggning över företagets risker och vad som är viktigt inom hållbar utveckling. Några av de viktigaste områdena är korrruption, mänskliga rättigheter och engagemang i alkoholfrågan. Systembolaget har även kartlagt samtliga intressenter för att ha en klar bild vilka som påverkar mest respektive minst.

## 4.2 Swedish Match

### 4.2.1 Företagsfakta

Swedish Match tillverkar, säljer och utvecklar marknadsledande varumärken inom rökfria produkter, cigarrer och tändprodukter. Produkterna säljs över hela världen och tillverkas i tio olika länder. Mer än hälften av företagets nettoomsättning och mer än två tredjedelar av rörelseresultatet kommer från försäljning av snus och cigarrer. Andra produkter de säljer är tuggtobak och tändstickor och tändare. Swedish Match är ett börsnoterat bolag på NASDAQ OMX Stockholm och huvudkontoret finns i Stockholm.

### 4.2.2 2001

År 2001 har Swedish Match ingen rubrik för hållbarhetsredovisning. Fyra sidor av årsredovisningens 68 sidor kan hänföras till miljö och personal. Det finns dock ingen synlig information om att Swedish Match tar ett socialt ansvar år 2001.

**Miljö:** Swedish Match redovisar informationen om miljö under rubriken Swedish Match och miljön. Informationen omfattar två sidor och fokus ligger på deras miljöpolicy som de informerar om. En stor del av dessa två sidor är en bild i på ett tobaksplantage. Det

tillkommer även information om företagets tillstånd och anmälningsplikter för både snusprodukter och tändstickstillverkning, detta då fabriker är anmälningspliktiga enligt miljöbalken.

**Medarbetare:** Även denna information omfattar två sidor i årsredovisningen och benämns personal. Det finns ingen tydlig fokus i medarbetaravsnittet. Swedish Match skriver mycket kort om många olika områden. Områden de tar upp är utveckling, ledarskap och kompetens. Swedish Match beskriver då att de haft ett International Manager Program under året som samlade organisationens chefer och stärkte deras affärsmannaskap och ledarskapsfärdigheter. Andra aspekter som tas upp är traineeprogram, konferenser, vinstandelssystem, facklig samverkan och European Works Council.

#### 4.2.3 2005

Inte heller år 2005 benämns miljö, socialt ansvar och medarbetare som hållbarhetsredovisning. Däremot har det sociala ansvaret tillkommit i informationen. Fem sidor av årsredovisningens 98 sidor kan hänföras till hållbarhetsredovisning.

**Miljö:** Miljöinformationen år 2005 är på två sidor och innehåller förutom den information som fanns år 2001 information om klimatarbete och miljöarbete i praktiken. De arbetar aktivt med att minska sin energiförbrukning och kemikaliehantering. Det finns en tydlig utsläppsprofil där de visar Swedish Matchs koldioxidsutsläpp från år till år.

**Socialt ansvar:** Informationen om det sociala ansvaret är på en sida och fokus ligger på Swedish Matchs uppförandekod. Den utgör grunden för frågor som mänskliga rättigheter, affäretik, hälsa och säkerhet. De tar upp sina grundläggande krav inom områdena vilket bland annat är: inget barnarbete, säkerställande av hälsa, säkerhet på arbetsplatsen och att leverantörerna ska följa de etiska riktlinjer som Swedish Match har. De följer upp dessa krav med en uppföljningsprocess. De informerar slutligen om vad de gör i praktiken för att bidra till ett bättre samhälle. De skriver om ett HIV/AIDS projekt i Afrika, välgörenhetsbidrag och andra bidrag till behovande.

**Medarbetare:** Informationen om medarbetare är på två sidor och under rubriken Human Resources. Informationen är inriktad på samma områden som år 2001 om något förnyad och inriktad på just år 2005. En ny kategori är lön och ersättningssystem där Swedish Match beskriver att deras anställningsvillkor och lön är utformade så att de ska attrahera, behålla och motivera anställda. *"Koncernen gör regelbundna jämförelser med de ersättningsnivåer och ersättningssystem som finns på lokala marknader"*.

#### 4.2.4 2007

År 2007 är nio av 112 sidor inom områdena miljö, socialt ansvar och medarbetare. Samtliga områden har egna huvudrubriker i innehållsförteckningen.

**Miljö:** Miljöinformationen sammanställs på två sidor i årsredovisningen. Detta år informerar de om Swedish Matchs miljöorganisation. Utöver detta är det ungefär samma information som föregående år, dock har informationen under rubriken klimatarbetet minskats ner avsevärt och istället är det tillagt information om Carbon Disclosure Project (CDP) som Swedish Match deltog i under året. Detta är ett internationellt projekt som samarbetar med världens internationella investerare i fråga om effekterna av klimatförändringen. *"Inom ramen för CDP har ett stort antal institutionella investerare skickat en gemensam förfrågan för att få information om hur företagen hanterar utsläppen av växthusgaser."* Swedish Match rankades bland de bästa företagen i Skandinavien i denna rapport.

**Socialt ansvar:** Det sociala ansvaret redovisas på fem sidor i hållbarhetsredovisningen. Under det sociala ansvaret är det stort fokus på medarbetarnas hälsa och säkerhet. Till detta läggs bilder på glada medarbetare ute i fabriker i Afrika, Dominikanska Republiken och Honduras. Under bilderna informerar de närmare hur projekten ute i länderna fungerar och att de betalar ut mer än minimilöner. Efter detta kommer information om samhällsengagemang i Sverige, Brasilien och Dominikanska republiken. *”Bland aktiviteterna finns hjälp till barn, funktionshindrade och andra behövande personer samt åtgärder för att berika det offentliga samhällslivet, exempelvis stöd till konst- och utbildningsinstitutioner och renovering av offentliga platser.”* Slutligen jämför de snus och rökfria produkter med cigaretter och framhäver de fördelar som de har för hälsan. För att styrka argumenten har de med ett avsnitt där EU bekräftar de riskfördelar som finns med de rökfria produkterna. *”Vi arbetar också för att öka kunskapen om det svenska snusets hälsofördelar.”*

**Medarbetare:** Swedish Match redovisar om sina medarbetare på två sidor i årsredovisningen. Informationen har samma fokus som föregående år. Det som tillkommit är information om att Swedish Match gör medarbetarundersökningar för att mäta hur de uppfattas som arbetsgivare. Nytt är också en karta över medeltalet anställda på de olika kontinenterna. Information om löner och ersättningar har tagits bort

#### 4.2.5 2008

År 2008 finns en helt ny rubrik i innehållsförteckningen: Hållbarhet. Under denna rubrik kommer information om miljö, socialt ansvar, uppförandekoden och Scientific Affairs. Medarbetarna har en egen rubrik. Detta år är informationen på 10 av 112 sidor.

**Miljö:** Informationen är på två sidor och innefattar samma fokus som tidigare år. Texten har minskats ner och istället är en stor del av andra sidan en bild på en grön fjäril, på ett grönt blad i grön natur.

**Socialt ansvar:** Det sociala ansvaret har störst fokus under 2008 och informationen är på sex sidor. Swedish Matchs uppförandekod har förändrats under året och innehåller nu fem olika områden: socialt ansvar, arbetsplatsrutiner, affärsetik, kommunikation och miljö. Precis som föregående år tas uppföljningsprocesser och efterlevnad av uppförandekoden upp. Det som läggs till är informationen om *”whistleblower”* som är ett sätt att försäkra en sund affärsetik. Det är ett sätt för medarbetarna att anonymt anmäla misstanke om överträdelse av regler. Utöver detta är det samma fokus som år 2007. I avsnittet Scientific Affairs jämförs rökfria tobaksprodukter med cigaretter. *”Moderna rökfria produkter med låg nitrosaminhalt, till exempel sådana som tillverkas av Swedish Match, förknippas med minimala hälsorisker och ska därför inte jämföras med cigaretter.”*

**Medarbetare:** Informationen om Swedish Matchs medarbetare är på två sidor i årsredovisningen år 2008. Fokus ligger på Swedish Match som arbetsgivare och ger en mycket positiv och fri bild av hur det är att arbeta för företaget. Informationen varvas med glada bilder på medarbetare som alla i en egen ruta berättar om hur det är att arbeta på Swedish Match. Det är som tidigare år tydligt fokus på kompetens och utvecklingsmöjligheter och det finns en hel del information om de ledarskapsprojekt som pågått under året. Utöver detta är informationen i stort sett den samma som förut.

#### 4.2.6 2009

Informationen är uppdelad på samma vis som år 2008, och omfattar ungefär lika mycket text, det vill säga tio sidor av 112. Rubrikerna under hållbarhetsavsnittet är uppförandekoden, socialt ansvar och miljö.

**Miljö:** Informationen om miljö år 2009 är i stort sätt den samma som år 2008 och omfattar två sidor. Fokus ligger fortfarande på att informera om att tillverkningsprocesserna är miljövänliga, Swedish Matches miljöpolicy, miljöorganisationen och klimatförändringen. Detta år är den gröna fjärilen utbytt mot en människa som planterar en grön planta och rubriken för avsnittet är TÄNK GRÖNT.

**Socialt ansvar:** Det sociala ansvaret under rubriken hållbarhet ser likadant ut som föregående år. Informationen är på totalt fem sidor, vilket är en minskning från föregående år. Avsnittet inleds med uppförandekoden och det är i princip samma text som år 2008. Efter detta kommer ett avsnitt om möjligheter för medarbetarna, där det informeras om olika stipendier och utbildningsmöjligheter. Informationen om Swedish Matches samhällsprojekt har förändrats något och inkluderar detta år en text där de berättar om vad de gör för att hjälpa till i områden där det skett katastrofer. Hälsoaspekten behandlas detta år under rubriken Regulatory Affairs. Där de fortfarande fokuserar på skillnaderna mellan cigaretter och Swedish Matches rökfria produkter. De visar tydligt att de hänger med i den vetenskapliga forskningen och stärker sina argument med genomförda rapporter av forskare från olika länder. I avsnittet informeras även om hur Swedish Match följer lagar och regler som gäller för tobaksprodukter på de olika marknader som de agerar.

**Medarbetare:** Informationen om Swedish Matches medarbetare är år 2009 på tre sidor. Detta år är det stort fokus på bilder i medarbetaravsnittet. En och en halv av de tre sidorna är nu bilder på medarbetare i fabriken istället för text. Textmässigt är fokuset detsamma som föregående år, de ger en positiv och inbjudande bild av företaget och skriver mycket om kompetensutveckling och ledarskap. De informerar om vilka nya utbildningar som tillkommit under året och vad de gjort för sina medarbetare. Vid bilderna finns citat från de anställda såsom: *"Jag uppskattar den mångkulturella miljön"*, *"jag har möjlighet att testa nya idéer"* och *"Jag finns alltid där för mina kollegor"*.

## 4.3 Green Cargo

### 4.3.1 Företagsfakta

Green Cargo tar hand om transport och logistikbehov genom miljömärkta transporter med tåg och bil. Företaget bildades 2001 på basis av tidigare SJ Gods. Deras nätverk täcker hela Sverige, av utrikestransporterna går de flesta till Tyskland, Norge och Italien. Green Cargo har cirka 3000 medarbetare och ägs till 100 % av svenska staten. Green Cargo förvaltas av näringsdepartementet och ingår i gruppen "Företag med marknadsmässiga krav". De övergripande målen för dessa företag är marknadsmässig avkastning.

### 4.3.2 2001

Årsredovisningen för 2001 innehåller 55 sidor. Miljöaspekten genomsyrar hela årsredovisningen och Green Cargo betonar att de är det enda rikstäckande företaget som erbjuder transporter som uppfyller Svenska Naturskyddsföreningens krav för bra miljö val. Detta är världens tuffaste miljömärkning enligt Green Cargo. Målet för företaget är att få framgång inom de fem strategiska målområdena kund, finans, medarbetare, säkerhet och miljö. Det finns dock ingen synlig information om socialt ansvar i årsredovisningen.

**Miljö:** I detta avsnitt på två sidor skriver Green Cargo att dem vill vara ett grönt företag för sina medarbetare och arbeta för en hållbar utveckling även inom företaget. Deras fördelar är enligt dem att *"Allteftersom omvärldens miljötänkande ökar kommer människor att söka sig till och vilja arbeta i företag som det går bra för och som samtidigt tar ansvar"*. Fokus ligger på att dem under 2001 har investerat pengar på att installera nya motorer i de mindre dieseldrivna växelloken. Dessa nya motorer har både bättre miljöprestanda och bättre

bränsleekonomi. *”Green Cargo är marknadens gröna alternativ och det skiljer oss från de andra. I en tid där medvetenhet växer inser allt fler företag att miljö är en hållbar affär”.*

**Medarbetare:** I denna del som består av två sidor tar Green Cargo upp att ett företag måste utveckla sina medarbetare för att nå framgång. Detta gör de genom att satsa på utbildningar, friskvård och analysera orsaker till sjukfrånvaro. Men även genom att förbättra arbetsförhållanden och utveckla säkerheten eftersom Green Cargo är en krävande arbetsplats som kräver uppmärksamhet, stresstålighet och kompetens.

#### 4.3.3 2005

Hela årsredovisningen är på 128 sidor varav 18 sidor är hållbarhetsredovisning. I hållbarhetsredovisningen har dem utvecklat en måltavla som delas upp i säkerhet, medarbetare, samhälle, miljö, kund och finans. Dessa måltavlor följs även upp av nyckeltal. *”Hållbar utveckling vårt kärnvärde”* skriver Green Cargo i sin årsredovisning. De menar där att hållbar logistik värnar om människor, miljö och ekonomiska resurser. Miljö är fortfarande det största fokuset.

**Miljö:** I årsredovisningen nämns miljö genomgående och åtta hela sidor har tillägnats enbart åt detta. År 2005 har Green Cargo utvecklat en miljöpolicy. Denna policy är att utifrån betydande miljöaspekter eftersträva minskad resursanvändning och förebygga utsläpp. De fastställer och följer upp miljömål och aktiviteter i deras affärsplan för en ständig förbättring. Uppföljning av dessa är mått på bränsleförbrukning och antal utfärdade Bra miljöval intyg. Det läggs stor vikt vid att dem under 2005 fick hela 12 intyg. De fokuserar på minskad dieselförbrukning för att det är kundernas vanligaste krav. Green Cargo satsar på utbildningar i miljöanpassad körning för lastbil samt lok. *”Det går inte att lösa koldioxidproblemet inom transportsektorn utan järnvägen, Ju mer framgångsrika vi är, desto bättre för miljön”.*

**Socialt ansvar:** Det sociala ansvaret omfattar fem sidor i årsredovisningen. Målet är att alltid agera med hänsyn till omvärlden samt att verksamheten aldrig har en negativ påverkan i något sammanhang. Green Cargo fokuserar på säkerhet och deras trafiksäkerhetspolicy och processer för att förebygga och motverka olyckor är det viktigaste. Uppföljningen av dessa sker genom trafiksäkerhetsindex för järnväg och vägtrafik samt olyckskostnader. Företaget har även gjort en satsning på alkohol i alla lastbilar för att öka säkerheten i deras transporter. Green Cargo tar även upp sin delaktighet i olika hjälp organisationer som Bris och Röda korset. Företaget har även tagit fram en etikpolicy som betonar att Green Cargo ska ha ett etiskt och moraliskt beteende i och utanför företaget. De umgås korrekt med sina affärs- och myndighetskontakter och medverkar inte i någon prissamverkan, kartellbildning eller missbruk av marknadsdominans. De tar ett samhällsansvar genom att stötta sin omvärld utan egna affärsintressen.

**Medarbetare:** Denna del har fått sex sidor i årsredovisningen och fokus ligger på Green Cargo som arbetsgivare. Företagets mål är att vara intressanta, attrahera, behålla och utveckla de bästa medarbetarna inom företagets kompetensområden. År 2005 koncentrerade Green Cargo sig på att utbilda framtida chefer och ledare för att kunna öka deras kommunikation med medarbetarna. Även mångfald får en stor plats då det största problemet är att rekrytera flera kvinnor då dessa endast utgör 15 % av medarbetarna.

#### 4.3.4 2007

År 2006 vann Green Cargo pris för bästa hållbarhetsredovisning utav FAR SRS. År 2007 är den på 104 sidor med 14 sidor hållbarhet. Upplägget är detsamma som 2005, det vill säga att de koncentrerar sig på fem områden säkerhet, medarbetare, samhälle, miljö, kund och finans. Policies som tas upp är de samma som under 2005. Det som har lagts till är att Green Cargo

ska upprätthålla en öppen och ärlig dialog med sina intressenter. Fokus i texterna ligger på miljö men alla bilder i årsredovisningen är på deras medarbetare.

**Miljö:** Miljön omfattar åtta sidor i årsredovisningen år 2007 och de fokuserar på att förmedla varför de är det enda rätta valet för transport till sina intressenter. Det finns stora och tydliga diagram och tabeller om hur mycket Green Cargos transporter påverkar miljön. Det vill säga exakta utsläpp av koldioxid, kväveoxider med mera. Green Cargo lägger även ner stor vikt på att de som företag ska vara ett föredöme för andra. De har under 2007 delat ut 22 Green Cargo klimatintyg till andra företag som även dem värnar om miljön. *”Idag är allt fler företag villiga att betala för en god miljöprofil. Miljöprestanda har gått från 11e till 7e till 3e plats i kundernas prioritering, som fortfarande toppas av kostnadseffektivitet och punktlighet”*.

**Socialt ansvar:** När det gäller socialt ansvar så har tre sidor tillägnats detta område i årsredovisningen. Det som har lagts till från 2005 är att Green Cargo fokuserar på att få andra stora företag att ta de rätta besluten för en hållbar utveckling. Dem har infört Green Cargo-volountär där alla medarbetare ges möjlighet på arbetstid utföra ideellt arbete inom till exempel barn- och ungdomsidrott eller organiserad läxläsning. Samt ett avsnitt om media har lagts in där det beskrivs att: *”Det är genom media företaget kan nå ut med sitt budskap och stärka bilden av Green Cargo som ett hållbart företag samt verka för insikt och medvetenhet om transportsektorns miljöpåverkan.”* Därför kommunicerar dem vid behov i olika kanaler för att driva dessa frågor. Medierna är inte bara förmedlare av fakta och budskap från företaget, utan bevarar också deras verksamhet. Därför vill Green Cargo vara öppna och ärliga för att underlätta för dem att göra sin samhällsuppgift.

**Medarbetare:** Denna del har fått tre sidor år 2007 och informationen har inte ändrats så mycket från 2005. De skriver om satsningen på medarbetarna i form av utbildning, friskvård samt hur nedskärningen på sjukfrånvaron har gått och att detta är vad företaget kommer att koncentrera sig på under de kommande åren. År 2007 är samtliga bilder i årsredovisningen på Green Cargos medarbetare. Bilderna är tagna så att det är en bild på dem i arbetskläder och en bild från privatlivet, exempelvis när dem är i stallet, kör snöskoter eller kramar sin dotter. Till bilderna finns det tillhörande texter om när dem började och varför dem jobbar på Green Cargo, men även vad det är som gör att dem trivs på sin arbetsplats samt vad dem gillar att göra på fritiden.

#### 4.3.5 2008

Hela årsredovisningen är på 99 sidor varav 12 sidor är hållbarhetsredovisning. Fokus ligger fortfarande på miljö men nu är den skriven till intressenterna. Bilderna är nu på deras lastbilar och lok i olika miljöer. Men även bilder på marmelad burkar, vin samt skiftnycklar det vill säga på produkter från deras kunder som väljer Green Cargo som deras huvudtransportör. Nytt för 2008 är att dem tagit fram en GRI-korsreferenstabell i en separat bilaga. Där går de igenom alla GRI indikatorer och redovisar det dem har idag, det dem har delvis och detta är inte tillämpligt/relevant för vår verksamhet.

**Miljö:** I årsredovisningen är åtta sidor miljö det är samma upplägg som tidigare år och inget nytt redovisas. Man har tabeller på hur deras tidigare satsningar fortsätter att minska deras miljöpåverkan. Det som företaget poängterar i texten är att deras miljöprofil ger dem viktiga konkurrensfördelar då klimatfrågan fortfarande är hög aktuell. De har även lagt till ett avsnitt om leveranskedjan i deras produktion. *”Varje godstransport som vi får över till tåget är en vinst för miljön”*.

**Socialt ansvar:** Detta avsnitt har samma upplägg som tidigare år och omfattar två sidor i årsredovisningen. Det som är nytt är att de nu fokuserar på att dem har en öppen dialog med

omvärlden och försöker påverka den positivt. De har fortfarande Green Cargo-volontär som erbjudande till sina medarbetare.

**Medarbetare:** Medarbetaravsnittet har fått två sidor i årsredovisningen. Under år 2008 läggs vikten vid att medarbetarna är grunden för deras framgång och med rätt kompetens så kommer företaget kunna gå hur långt som helst. Samtidigt har de ett stort avsnitt om att företaget kommer varsla 400 medarbetare då organisationsstorleken måste anpassas till efterfrågan.

#### 4.3.6 2009

Årsredovisningen är på 110 sidor och hållbarhetsredovisningen är på 11 sidor. Fokus ligger fortfarande på miljö men även hur finanskrisen drabbat företaget. Även 2009 har dem en GRI-korsreferenstabell. De visar även i årsredovisningen att dem har hållbarhetsredovisning enligt GRI med bedömning B+.

**Miljö:** Detta avsnitt är fortfarande på åtta sidor och den enda skillnaden från 2008 är att de nu skriver mer om de nya satsningar de kommer att göra i framtiden. Företaget satsar på att byta ut sina diesellok till nya eldrivna lok som kommer förbättra deras påverkan på miljön. Men de jobbar även aktivt med att ta fram höghastighetsbanor inom Sverige eftersom detta skulle möjliggöra godståg även på dagtid som skulle innebära att fler kunder väljer att transportera sina varor med tåg.

**Socialt ansvar:** Det sociala ansvaret omfattar två sidor och den enda skillnaden från föregående år är att dem nu nämner att Green Cargos exponering i medierna följs upp varje dag och alla medarbetare har tillgång till allt som skrivs om Green Cargo på nyhetssajter. Genom detta kan företaget lyssna på omgivningens krav och åsikter för att uppfylla dessa. Dem nämner även att de är i kontakt med skolor och högskolor för att ge elever och studenter insyn i logistikbranschen.

**Medarbetare:** Avsnittet har fått en sida i årsredovisningen där de nämner lite kort om att de fortfarande satsar på utbildning, friskvård. Det som är nytt för år 2009 är att de lagt till att Green Cargo fick pris för att ha en hög andel kvinnliga chefer i jämförelse med andelen kvinnor i företaget. Men även att de under året 2009 tillämpar den internationella arbetsmiljöstandarden.

## 4.4 Schenker AB

### 4.4.1 Företagsfakta

Schenker är ett tyskt företag och kombinerar all transport och logistik som Deutsche Bahn sysselsätter. De har över 91 000 anställda fördelade på cirka 2 000 platser i 130 länder. Deras verksamhetsidé är utveckla och producera transporter samt logistik- och informationstjänster som möter marknadens krav på kvalitet, effektivitet, enkelhet och miljöansvar.

### 4.4.2 2001

Schenker har ingen synlig hållbarhetsredovisning år 2001, det enda som nämns i årsredovisningen är miljö. Det är ett kort avsnitt på åtta rader. Företaget skriver att de är medvetna om att de har en betydande miljöpåverkan genom utsläpp av avgaser i sin omgivning. För att reducera detta kommer de satsa på att byta ut sina gamla fordon mot nya mer miljövänliga men även öka lastbilarnas fyllnadsgrad för att på så sätt minska onödiga utsläpp.



#### 4.4.3 2005

Schenker har en separat hållbarhetsredovisning år 2005 som är på 13 sidor och man följer GRIs riktlinjer. Fokus ligger på miljö, bilderna är få och på medarbetarna, tabeller med nyckeltal är det som tar mest plats.

**Miljö:** Detta avsnitt är sju sidor och Schenker fokuserar på att lista hur företaget påverkar miljön. Här nämns utsläpp av växthusgaser som bidrar till global uppvärmning, utsläpp av svavel och kväve som bidrar till försurning och övergödning samt partiklar från fordonsavgaser som är skadliga att andas in. Schenkers andra fokus är att skriva vad dem som företag gör för att minska sin miljöpåverkan. De försöker bland annat minska energianvändningen, minska deras utsläpp av koldioxid från fossila källor relaterat till utfört transportarbete samt att de har skapat en Miljöfond. De skriver även att de mål de har för att minska miljöpåverkan kommer att utformas i handlingsplaner under kommande år. *”Den stora utmaningen för Schenker är att fortsätta att växa och ta ansvar för miljön”.*

**Socialt ansvar:** Denna del har fått två sidor i redovisningen där företaget beskriver sin roll i samhället. Dem skriver att det är viktigt hur de agerar som arbetsgivare, opinionsbildare och kravställare på leverantörer. Schenker vill använda sitt inflytande på ett positivt sätt och söker därför samarbeten som kan bidra till ett hållbart samhälle.

**Medarbetare:** Denna del har fått två sidor fokus ligger på att Schenker drivit projektet ”Ökad Frisknärvaro”. Genom diverse aktiviteter och ledarutveckling så upplevs hälsan hos medarbetarna ha förbättrats. Schenker bedriver även ett systematiskt arbetsmiljöarbete och har en styrande handbok för internkontroll och arbetsmiljö. Boken beskriver rutiner och tillvägagångssätt för att förebygga arbetsrelaterade problem. De har även en väl utarbetad jämställdhetspolicy där de tar upp punkter som att kvinnor och män ska ha lika möjligheter till anställning, utbildning, befordran och utveckling i arbetet.

#### 4.4.4 2007

Hållbarhetsredovisningen år 2007 innehåller 32 sidor och är en separat del. Fokus ligger fortfarande på miljön, den stora skillnaden från 2005 är att de nu har mycket fler stora bilder som tar upp flera sidor. De följer fortfarande GRI:s riktlinjer.

**Miljö:** Detta avsnitt har fått hela 12 sidor under år 2007. Den stora delen fylls upp med deras plan om att minska utsläppen av koldioxid per tonkilometer med mer än 50 % fram till år 2020. De har en beskrivande handlingsplan om hur de kommer gå till väga. Exempelvis ska alla förare utbildas i sparsam körning samt att alla fordon ska utrustas med teknik för uppföljning av bränsleförbrukning med mera. Hela 16 punkter har utvecklats för att kunna nå till detta miljömål. Men det skrivs även om vinnaren av Schenkers hållbarhetspris som delas ut för första gången samt ett helt avsnitt och bilder på Al Gore som tar emot Göteborgspriset för Hållbarutveckling 2007. *”Vår ambition är att använda alla för Schenker tillgängliga medel för att bli den miljömässigt mest hållbara logistikleverantören i världen”.*

**Socialt ansvar:** Denna del har fått två sidor där fokus ligger på att skriva om att Schenker donerat pengar till flera ideella organisationer. Exempelvis har dem donerat pengar till BRIS istället för att skicka julkort till kunder och anställda. De är även stora bidragsgivare till Chalmers Tekniska Högskola samt Handelshögskolan i Göteborg och de stödjer Göteborgspriset för Hållbar Utveckling.

**Medarbetare:** Detta avsnitt är på två sidor och fokus ligger på hur de motiverar sina medarbetare till arbetsglädje och delaktighet. Företaget skriver om att de har minst ett

utvecklingssamtal per år, ägnar i genomsnitt minst två dagar per år åt kompetensutveckling. Men även att medarbetarna erbjuds möjlighet till befordran genom att företaget i hög grad rekryterar internt. Jämställdhetsfrågor tas upp men även andra dimensioner av begreppet mångfald, däribland etnisk tillhörighet och religion, trosuppfattning. Detta på grund av lagstiftningen kring diskriminering som planeras träda i kraft den 1/1 2009.

#### 4.4.5 2008

Hållbarhetsredovisningen är på 32 sidor år 2008. Fokus ligger fortfarande på miljön och klimatfrågan som får störst utrymme. När det gäller bilderna så är det bilder på träd och naturen, en hel del av bilderna fanns med även 2007. Bilderna och tabellerna är fortfarande de som tar störst plats i redovisningen. Men det som är nytt är att de har hela 10 sidor med tidningsartiklar om Schenker där man skriver om hur bra och miljömedvetna de är.

**Miljö:** Informationen om miljön upptar nio sidor i redovisningen och fokus ligger fortfarande på hur de ska nå sitt miljömål år 2020. De skriver även mycket om hur de använder sina resurser på bästa sätt. Schenker skriver att de ser miljöförbättrande åtgärder som långsiktiga investeringar och att företaget stödjer forskning och utveckling kring bränsle, transportmedelsteknik och logistik.

**Socialt ansvar:** Det sociala ansvaret omfattar fem sidor där den stora skillnaden är att företaget utvecklat en etikpolicy. I den står det att företaget bland annat måste rätta sig efter lagar, regler och föreskrifter. De erbjuder exempelvis inte ersättning i form av pengar eller andra otillbörliga bonusprogram till affärspartners, konkurrenter eller anställda för att inte påverka deras affärsbeslut.

**Medarbetare:** Denna del har fem sidor det som är nytt för 2008 är att de fokuserar på företagets syn på trakasserier/mobbning. Innebörden av begreppet förtydligas, roller och ansvar klargörs samt regler och rutiner för hantering beskrevs mer i detalj. De nämner även att en utbildning i lönesättning och lönesamtal för samtliga chefer genomfördes för att öka kommunikationen mellan chefer och deras anställda.

#### 4.4.6 2009

Hållbarhetsredovisningen är på 36 sidor det är fortfarande fokus på miljö, men man riktar sig mera till intressenterna. Den innehåller flera bilder på anställda som jobbar glatt, samt stora lagerbyggnader. Dessutom är det mera koncentrerat på nyckeltal från de olika områden som redovisas i mer än hälften av redovisningen.

**Miljö:** Miljön är fortfarande en stor del av redovisningen, hela 10 sidor omfattas av miljöinformation. Det som är nytt för 2009 är ett nytt projekt som startades av Schenker för att öka effektiviteten och minska utsläppen av klimatpåverkande gaser innanför miljözonen i Göteborg. Med hjälp av gasbilar på sikt kan det ge en minskning med upp till 90 procent beroende på hur fordonsgasen tillverkas. Företaget har stora bilder på de tre gasdrivna paketbilar som körs för Schenker i centrala Göteborg med budskapet "*Hela lasten, halva utsläppet*".

**Socialt ansvar:** Det sociala ansvaret har fått fem sidor och den enda skillnaden från föregående år är att de nu nämner att dem officiellt i koncernen stödjer de tio principerna i FN:s verksamhet Global Compact och kommer i framtiden att arbeta utifrån dem. Men som tidigare år så nämns välörenhet, vad de skänker pengar till, samt deras etikpolicy. Men även att Schenker som företag är bra för att de tänker på sin omgivning och miljön.

**Medarbetare:** Denna del har fem sidor och det nya för 2009 är att de tagit fram regler och riktlinjer för hur en HIV-positiv eller AIDS-sjuk medarbetare behandlas. Men även att Schenker tillsammans med de fackliga organisationerna beslutat om policy och riktlinjer för hantering av frågor rörande alkohol och droger på Schenkers arbetsplatser.

## 5. Analys

---

**I** detta kapitel jämförs studiens empiriskt insamlade data för de statliga företagen med de privatägda företagens för att urskilja likheter och skillnader som sedan kopplas till studiens teoretiska referensram.

---

### 5.1 Systembolaget och Swedish Match

#### 5.1.1 Införandet av GRIs riktlinjer

År 2007 beslutade regeringen om kraven för de statliga företagen att följa GRIs riktlinjer. Detta krav började gälla för de statliga bolagen år 2008. Om beslutet i sig har påverkat Systembolagets hållbarhetsredovisning är svårt att säga. Den enda förändringen som kan urskiljas mellan 2005 och 2007 är att det blir tydligare att det är det sociala ansvaret som är av yttersta vikt. Det finns inget som tyder på att Systembolaget börjat arbeta efter GRI redan då. Det är år 2008 den verkliga skillnaden blir tydlig. Systembolaget bifogar en GRI bilaga till årsredovisningen som inte varit med förut. Denna bilaga beror mest troligt på det nya kravet. I bilagan kan läsaren se vilka indikatorer som följs av företaget och vart i årsredovisningen det går att läsa om det. Detta år har Systembolaget klassificerat sig på nivå C+, år 2009 har de klassificerat sig på nivå B+. Det betyder att Systembolaget har ökat sin hållbarhetsredovisning innehållsmässigt. Fler indikatorer är uppfyllda år 2009 än 2008. Eftersom kravet att följa GRIs riktlinjer är efter principen följa eller förklara, och att det som gjordes år 2008 räcker för att följa det krav regeringen bestämt, kan vi anta att andra faktorer ligger bakom denna ökning. Dessa möjliga faktorer förklaras ytterligare nedan.

Swedish Match följer inte GRI under något av de undersökta åren. Dock är det inte förrän år 2008 som begreppet hållbarhet används i Swedish Matchs årsredovisning. Vad det beror på är inte säkert men det skulle kunna vara så att begreppets värde ökat i och med införandet av kravet för GRIs riktlinjer. Swedish Match måste då följa med och visa att de hållbarhetsredovisar även om de inte följer just GRI. Detta kan kopplas till institutionell teori som menar att företag följer varandra och har liknande policys och redovisning som de ledande företagen. I detta fall kan det vara så att Swedish Match tar efter hållbarhetsuttrycket just detta år både för att behålla sin legitimitet och sina intressenter men även för att kravet införts för de statliga bolagen och de har då förstått att det är viktigt för dem att följa efter.

#### 5.1.2 Möjliga orsaker till förändringar

Från 2001 och framåt ökar hållbarhetsredovisningen i både Swedish Matchs och Systembolagets årsredovisningar. Varje år sker någon förändring och informationen är aldrig exakt densamma. Det läggs till områden och andra tas bort. Swedish Matchs hållbarhetsredovisning har ungefär samma fokus varje år. Även om rubrikerna förändras så är informationen ungefär densamma, detta gäller inom samtliga områden. Det sker flest förändringar under rubriken medarbetare. Omfattningen förändras dock varje år, från 2001 till 2008 sker det ökning varje år. Mellan 2008 och 2009 stannar det av och omfattar lika många sidor som 2008. Systembolaget däremot förändrar sin hållbarhetsredovisning från år till år. Hållbarhetsredovisningen ökar för varje år. Miljöinformationen har i stort sätt samma fokus varje år. Även stora delar av det sociala ansvaret och medarbetarna har samma fokus. Dock tillkommer det områden beroende på vad som hänt under året som gått och faller bort områden som kanske inte är lika relevanta för det året. Under år 2009 tillkommer även en riskanalys inom hållbarhet och begreppet CSR och hållbarhet genomsyrar hela årsredovisningen.

Både Swedish Match och Systembolaget har ett övergripande fokus på det sociala ansvaret under åren. Det är enbart under 2001 som begreppet socialt ansvar inte nämns i årsredovisningarna, dock finns det information om medarbetarna vilket är en del av det sociala ansvaret. Från 2005 och framåt får det sociala ansvaret stort utrymme i årsredovisningarna. Systembolaget benämner till och med sin årsredovisning för ansvarsredovisning under 2008 och 2009. Detta kan bero på olika saker, enligt Kanji (2010) ökar medvetandet hos människor i samhället och de bryr sig mer om vart ifrån produkterna de handlar kommer ifrån. Det är då viktigt för företaget att hänga med i utvecklingen, även i sin redovisning. Det innebär att företagen måste redovisa en större mängd information inom det sociala ansvaret men även om miljö och medarbetarna. Detta för att kunna behålla den legitimitet som företagen har i samhället. Om företagen inte hade haft legitimitet så hade samhället kunnat se till att företaget inte längre kan fortsätta sin verksamhet menar Deegan (2002). Detta kan göras genom att exempelvis minska efterfrågan av produkterna eller höja skatterna för företagen.

Både Systembolaget och Swedish Match säljer produkter som är hälsofarliga för deras konsumenter. Båda företagens sociala ansvar har stort fokus inom detta område. Systembolaget skriver om det ansvar de har mot sina kunder för att minska alkoholskador och beroende. De fokuserar på fördelarna med att Sverige har monopol och att det enligt dem leder till minskad alkoholkonsumtion. Informationen kan finnas med för att bibehålla företagets legitimitet i samhället. Det finns många människor som ifrågasätter sig varför staten ska kontrollera marknaden och Systembolaget måste därför rättfärdiga detta på många olika sätt varav ett är genom information i årsredovisningen. De menar att konkurrens leder till lägre priser och en uppmuntran för kunder att handla mer alkohol än de gör nu. Informationen finns i samtliga årsredovisningar vilket innebär att Systembolaget måste rättfärdiga detta varje år och att frågan aldrig blir inaktuell. Särskilt med de regler som finns inom EU angående monopol. Detta styrks ytterligare med Systembolagets uttalande i årsredovisningen: *"Legitimiteten för vårt företag är direkt kopplat till hur väl vi uttolkar, lever upp till och fullföljer detta uppdrag. Det är detta som sammantaget definierar vår själ."* Swedish Match diskuterar fördelarna med rökfri tobak jämfört med cigaretter och beskriver vilka hälsofördelar det har för deras konsumenter. Även denna information kan bero på företagets försök till att behålla den legitimitet de har i samhället. Både Swedish Match och Systembolaget måste redovisa denna information för att uppfylla de krav och förväntningar som finns i samhället på dem som företag, särskilt eftersom de faktiskt säljer hälsofarliga produkter. Eftersom både Swedish Match och Systembolaget redovisar den här informationen, trots att bara Systembolaget är reglerat av kravet på att följa GRIs riktlinjer, kan denna information därför inte anses ha med det införda kravet för de statliga bolagen att göra.

I företag som Systembolaget och Swedish Match kan det även vara så att företagen använder sin frivilliga redovisning som ett manipulationsverktyg för att verka bättre än vad de egentligen är menar Woodward (1996). Ett exempel är att Swedish Match fokuserar mycket på snusets och rökfria tobakprodukters hälsofördelar framför cigaretter. Eftersom företagets bäst sålda produkt efter snus är cigarrer kan det tyckas vara ett försök till att påverka eller manipulera uppfattningen om företaget genom att förflytta uppmärksamheten till ett annat område. Detta är i enlighet med en utav Lindbloms (1994) punkter för att behålla företagets legitimitet. I årsredovisningarna finns citat som: *"Vi arbetar också för att öka kunskapen om det svenska snusets hälsofördelar."* och *"Moderna rökfria produkter med låg nitrosaminhalt, till exempel sådana som tillverkas av Swedish Match, förknippas med minimala hälsorisker och ska därför inte jämföras med cigaretter."* Detta bekräftar vad McKibbens (2006) skriver

om tobaksföretagen i världen. Han menar att de negativa hälsoaspekterna av tobak ofta förskönas i företagens hållbarhetsredovisning.

Till skillnad mot Systembolaget fokuserar Swedish Match mycket av sitt sociala ansvar på välgörenhetsprojekt och socialt engagemang. Detta kompletterar dem med bilder från besök på olika platser i världen där de hjälpt till. Det sociala kontraktet existerar mellan företag och enskilda medlemmar av samhället. Samhället ger företagen befogenhet att äga och använda naturresurser och att anställa medarbetare. Företagen utnyttjar samhällets resurser menar Matthews (1993) både genom produktion av varor och tjänster samt genom att öka utsläppen i miljön. Företagen har ingen rätt till dessa förmåner och på grund av detta förväntar sig samhället att de fördelar som finns överstiger kostnaderna för samhället. ”*Bland aktiviteterna finns hjälp till barn, funktionshindrade och andra behövande personer samt åtgärder för att berika det offentliga samhällslivet, exempelvis stöd till konst- och utbildningsinstitutioner och renovering av offentliga platser.*” Detta sätt att ge tillbaka till samhället ser bra ut för företaget och de visar att de är ett företag som bryr sig och att alla vinster inte bara går till ägarna utan även till bra saker i världen. Detta kan leda till en ökad legitimitet i samhället då det är ett företag som bidrar med hjälp vid katastrofer och andra välgörande ändamål. Detta är även information som enligt Kanji (2010) visar på ett hållbart ansvarstagande. Han menar att företaget ska visa att de engagerar sig i att bygga lokala samhällen, investerar i att bygga social infrastruktur med mera. Enligt Deegan (2002) har alla intressenter rätt att förses med sådan information som visar hur företaget påverkar dem. Detta kan vara information om exempelvis utsläpp, sponsring, initiativ till anställdas säkerhet med mera. Detta har de rätt till även om de väljer att inte använda informationen och även om detta inte har en direkt inverkan på företagets fortlevnad.

Systembolagets stora avsnitt om korruption som redovisas år 2005 utmärker sig bland årsredovisningarna. Under 2003 uppmärksammades ett fall i media och Systembolaget hamnade i blåsväder. Enligt Lindblom och Dowling och Pfeffer (1975) kan företagen använda de offentliga dokumenten för att motverka eller kompensera för tidigare önskad publicitet. År 2005 innehåller årsredovisningen fyra sidor information om vad som har hänt, vilka åtgärder som togs vid och vad de gör för att förhindra att liknande saker händer i framtiden. Detta kan kopplas till legitimitetsteorin då det kan vara så att Systembolagets legitimitet påverkades av händelsen. Den negativa uppmärksamheten i media påverkade mest troligt samhällets syn på Systembolaget. Särskilt eftersom det är statligt ägt och konsumenterna även är ägare av företaget då de betalar skatt. Legitimitet enligt Dowling och Pfeffer (1975) är en resurs som ett företag är beroende av för att överleva, men en resurs som företagen också kan påverka och manipulera. Det kan då tänkas vara så att den information som ges i årsredovisningen kan vara ett försök av Systembolaget att rädda situationen och återuppbygga företagets legitimitet. Dock kan det vara lättare att erhålla legitimitet än att reparera en som har skadats. Även i avsnittet om medarbetarna är det stort fokus på vad som skedde under 2003 och Systembolaget tydliggör att det skett förändringar och att de startar om på nytt med nya regler som ska minska möjligheten till korruption och mutor. År 2007 fanns det ingen information vad gäller korruption men år 2008 finns informationen med igen men inte lika omfattande som år 2005. ”*Systembolaget har i ett fall under 2008 agerat mot en anställd med anledning av reglerna för kontakter med leverantörer. Den anställde har varslats om uppsägning med anledning av att ha tagit emot varugåvor i strid mot företagets regler om leverantörskontakter. Den aktuella leverantören kontaktades och vidtog åtgärder med anledning av händelsen.*” Detta bekräftar den argumentation som fördes tidigare om att företag redovisar viss information i årsredovisningarna för att rättfärdiga saker som hänt under året samt då de fått önskad publicitet.

Swedish Match redovisar inte lika mycket information om miljö, socialt ansvar och medarbetare som Systembolaget. Fokuset är inte heller detsamma och de benämner det inte hållbarhetsredovisning förrän år 2008. Detta kan bero på att de inte har lika stort tryck från sina intressenter som Systembolaget. Systembolaget är statligt ägt och det kan då vara så att de har större press på sig från intressenter. En viktig intressent är ju samhällsmedborgaren eftersom de indirekt finansierar verksamheten. Swedish Match däremot är privatägda och har inte heller regeringen som en direkt intressent i samma mån. I Swedish Matchs årsredovisning syns det tydligt att intressenterna är viktiga och att de påverkar vad företaget redovisar för information. *"Inom ramen för CDP har ett stort antal institutionella investerare skickat en gemensam förfrågan för att få information om hur företagen hanterar utsläppen av växthusgaser."* Swedish Match rankades bland de bästa företagen i Skandinavien i denna rapport. Detta visar tydligt att investerarna har stor makt över företaget och även att de kan anses vara primära intressenter eftersom Swedish Match tar särskild hänsyn till deras åsikter. Intressenternas efterfrågan, krav och förväntningar kan förändras över tid menar Freeman (1984), företaget måste därför fortsätta anpassa sina verksamhets- och upplysningsstrategier. I takt med att intressenternas inverkan på företaget ökar, ökar vikten av att möta intressenternas behov. En del av denna efterfrågan kan avse tillhandahållandet av information om företagets handlingar. Ju viktigare en intressents stöd eller resurser är för företaget desto större chans att intressenternas förväntningar kommer inkluderas i företagets verksamhet.

Även citat som *"Swedish Matchs miljövision är en situation i vilken företaget konsekvent uppnår sina kommersiella mål att tillfredsställa krav från aktieägare, kunder och andra intressenter, samtidigt som verksamheter och produkter är integrerade i naturens kretslopp."* ger ett tydligt budskap intressenternas åsikter och krav är viktigt för företaget. Det kan tolkas som att de informerar om miljön enbart för att tillfredsställa intressenternas krav. Detta kan då ses ur både det normativa intressentperspektivet och det instrumentala intressentperspektivet. Då de nämner aktieägare, kunder och andra intressenter så kan det vara så att samtliga intressenter är av lika stor vikt och att de alla har intresse i information om miljön. Informationen finns då där för alla och är inte riktad åt något håll. Detta är mest troligt då det informeras om företagets miljöpolicy samt de miljömässiga krav de har utifrån lagar och regler vid produktion av tobak. Det kan dock även tolkas som att aktieägarna och kunderna är Swedish Matchs primära intressenter då övriga inte ens nämns. Intressenterna identifieras av företaget med hänsyn till i vilken utsträckning företaget anser att samspelet med varje grupp måste hanteras för att öka intresset i företaget menar Gray, Owen och Adams (1996). Ju viktigare intressenten är för företaget desto mer anstränger de sig för att hantera relationen. Information är då ett sätt för företaget att hantera intressenterna för att få deras stöd och godkännande.

Systembolaget informerar om ett samarbete med polisen för minskning av langning, försäljningsregler och ålderskontroller. Detta kan enligt Dowling och Pfeffer (1975) vara på grund av att företaget genom kommunikation försöker bli kopplade med starka institutioner som redan har en stark legitimitet i samhället. Denna information kan även tänkas ha tillkommit på grund av intressenters krav på Systembolaget med tanke på att alkohol är en produkt som påverkar människors hälsa och inte bör säljas till människor under 20 år. Det kan därför finnas en önskan hos intressenterna att se information som stärker de försök de gör för att minska och kontrollera alkoholkonsumtionen. Att nämna polisen i sin årsredovisning kan tänkas öka trovärdigheten för Systembolaget eftersom många har stor respekt för dem. Detta leder till ökad acceptans från intressenterna och en ökad legitimitet i samhället. Även IQ-projektet kan hänföras hit. Företaget är tvunget att anpassa sin existerande frivilliga

redovisning samt de metoder de använder i enlighet med de förväntningar och den efterfrågan som de viktigaste intressenterna har även om det kan innebära att ignorera andra intressenters åsikter säger Dimaggio och Powel (1983). Detta inkluderar även anpassning av vilka frågor som redovisas.

Även medarbetarna representerar en del av den frivilliga redovisning som redovisas inom det sociala ansvaret. Informationen om medarbetarna är varje år väldigt positiv och ”säljande” i både Systembolagets och Swedish Matches årsredovisning. Det beskrivs hur Systembolaget satsar på kompetensutveckling och hur de arbetar med jämställdhet och mångfald. Swedish Match har annan fokus och de fokuserar istället på ledarskap, mötesfora som konferenser och företagskulturen. I årsredovisningen år 2009 har de med citat från de anställda som: *”Jag uppskattar den mångkulturella miljön”, ”jag har möjlighet att testa nya idéer”* och *”Jag finns alltid där för mina kollegor”*. Informationen i båda årsredovisningarna känns väldigt riktad och marknadsförande. Detta kan bero på att det är viktigt för företagets intressenter. Medarbetarna är en utav företagets viktigaste intressenter oberoende om det är statligt- eller privatägt. Om de inte uppmärksammas i årsredovisningen kan det leda till minskad motivering hos de anställda då de kanske inte känner sig uppskattade. De är ju trots allt en stor del av organisationen och de bidrar till de resultat som redovisas i övrigt. Det kan även vara så att andra intressenter som leverantörer intresserar sig för sådan information dels då de har ett aktivt samarbete med företaget. Hur de anställda behandlas och arbetskulturen är viktigt på grund av att leverantörerna indirekt förknippas med det företag de säljer till. De måste kunna stå för de värderingar som finns i företaget och vice versa.

*”Koncernen gör regelbundna jämförelser med de ersättningsnivåer och ersättningssystem som finns på lokala marknader”* skriver Swedish Match under informationen om deras medarbetare. Sättet det skrivs på kan tolkas som att de vill informera om detta för att tydliggöra att ersättningarna och bonusarna inte är orimliga utan befogade. Detta då det kan sticka i andra människors ögon om bonusarna är för höga. Detta kan i sin tur påverka företaget negativt i både press och media vilket kan skada företagets legitimitet.

## 5.2 Green Cargo och Schenker

### 5.2.1 Införandet av GRIs riktlinjer

År 2008, när GRIs riktlinjer infördes, finns det inte några större skillnader i Green Cargos hållbarhetsredovisning gentemot tidigare år. Det enda märkbara skillnaderna är att de lagt till en GRI-korsreferenstabell som bilaga. Detta tillägg kan antas bero på införandet av riktlinjerna eftersom informationen i sig inte ändrats, tillägget är då enbart för att tydliggöra att företaget arbetar utefter GRI och följer riktlinjerna som regeringen kräver. År 2009 utökar de bilagan ytterligare och klassificerar företaget med tillämpningsnivån B+. Schenker har haft en separat hållbarhetsredovisning redan från år 2005. Under samtliga år skriver de att de följer GRIs riktlinjer. Schenker har inte betygsatt denna redovisning på något sätt under något av åren. Det har inte skett några förändringar som kan påvisa att även Schenker som inte är statligt skulle ha påverkats utav införandet av kravet att följa GRIs riktlinjer.

### 5.2.2 Möjliga orsaker till förändringar

Det sker en tydlig ökning i Green Cargos hållbarhetsredovisning från 2001 till 2005. Resterande år minskar dock omfattningen i Green Cargos hållbarhetsredovisning, men det gör även det totala antalet sidor i årsredovisningen. Detta kan vara på grund av att redovisningen ser annorlunda ut beroende på om företaget försöker få, underhålla eller reparera den legitimitet de har menar O'Donovan (2002). Eftersom Green Cargo har stort fokus på olika saker varje år, samt tar med föregående års fokus fast mer kortfattat så ökar inte sidantalet i



årsredovisningen. Det kan vara så att informationen är mer koncentrerad och preciserad på grund av att Green Cargo eventuellt upparbetat en bra mall för vad som förväntas och krävs av dem som företag. Särskilt eftersom de vann pris för bästa hållbarhetsredovisning år 2006. Schenkers hållbarhetsredovisning ökar däremot för varje år. Från att ha varit obefintlig år 2001 till att omfatta 36 sidor år 2009. Detta visar att pressen från samhället där de verkar ökar och för att få legitimitet måste de anpassa sig efter dessa förändringar enligt Deegan (2005). Detta stärks även av uttalande som *"Den stora utmaningen för Schenker är att fortsätta växa och att ta ansvar för miljön"*. En av anledningarna till att hållbarhetsredovisningen ökar och blir mer omfattande kan enligt Deegan (2002) vara för att följa de gemensamma förväntningarna som kanske redan finns i branschen företaget verkar.

Green Cargo beskriver att *"Green Cargo är marknadens gröna alternativ och det skiljer oss från de andra. I en tid där medvetenhet växer inser allt fler företag att miljö är en hållbar affär"*. Genom samtliga årsredovisningar är det tydligt att miljö är det som ligger i fokus för företaget. Så är det även i Schenkers årsredovisningar. Detta beror mest troligt på att båda företagen är logistik- och transportföretag och släpper dagligen ut avgaser och andra miljöpåverkande ämnen. De har med stor sannolikhet påtryckningar från sina intressenter och samhället att värna om miljön. Ett bra sätt för företagen att visa detta kan då vara genom att fokusera på det i sina årsredovisningar. De bevisar då för samhället att de värnar om det sociala kontrakt som enligt Deegan (2002) finns mellan företaget och samhället. De bevisar även för sina intressenter att de arbetar i enlighet med deras värderingar och de förväntningar som de har på företagen. Enligt Deegan (2002) kan önskan att uppfylla rättsliga krav vara ett incitament till att redovisa om de sociala och miljömässiga aspekterna i ett företag. Faktumet att miljö varit i fokus för båda företagen under de senaste åren bekräftar att andra faktorer ligger bakom delar av hållbarhetsredovisningen än införandet av riktlinjerna.

Green Cargos hållbarhetsredovisningen är störst år 2005. Detta år har de utformat tydliga mål för hur de ska arbeta för att alltid vara det gröna alternativet. Det kan vara så att Green Cargo försöker få det sociala kontraktet som samhället kräver för att de ska få bedriva sin verksamhet enligt Deegan & Unerman (2005). Deras stora koncentration på hållbar utveckling där företaget utgår ifrån ekonomiska, sociala samt samhälle kan direkt kopplas till *"Triple Bottom Line"* och den modell som Elkington skapat. Han menar då att samtliga tre delar räknas in och påverkar företagets resultat. Då Green Cargo utgår från dessa tre kan företaget se sin verksamhet från olika aspekter och inte bara från det ekonomiska. Då ägarna av Green Cargo är staten, det vill säga skattebetalarna, så är kravet på företaget mycket stora. De måste redovisa varför deras företag är så mycket bättre än andra och vad dem ger tillbaka till samhället. Detta måste de göra oberoende av krav på riktlinjer eftersom företaget enligt Deegan och Unerman (2005) enbart existerar i den mån de särskilda kraven är uppfyllda. För att få samhällets godkännande genom legitimitet kan det vara lämpligt för Green Cargo att tillämpa *"Trippel Bottom Line"* modellen eftersom företaget faktiskt använder och påverkar samhället vi lever i.

Även Schenker har utformat tydliga mål samt policys över vad de vill med företaget och hur de ska nå dit. *"Vår ambition är att använda alla för Schenker tillgängliga medel för att bli den miljömässigt mest hållbara logistikeverantören i världen"*. Detta var år 2007, det vill säga två år efter att Green Cargo gjorde samma sak. Det går tydligt att se att Schenker följer Green Cargos sätt att redovisa. Ytterligare ett exempel på detta är att Green Cargo tar upp priser och olika engagemang år 2005, två år senare har även Schenker ett stort avsnitt med liknande information. Detta ger ett intryck av att Green Cargo är ett marknadsledande företag på svenska marknaden som lägger grunden för vad andra liknande företag bör koncentrera sig på. Det kan även bero på att Green Cargo vunnit pris för bästa hållbarhetsredovisning. Det

finns då bevis för att deras metoder och sätt är bra, vilket kan leda till att de andra företagen i branschen vill redovisa på liknande sätt. Detta är vad Dimaggio & Powell (1983) benämner som härmande institutionell teori. Studier har visat att företag inom vissa branscher har liknande policys och processer och att det är de ledande företagen som styr detta. Företagen följer dessa för att behålla sina intressenter och visa att de är legitima gentemot samhället. Om ett företag inte följer ett företag i samma bransch och det anses minska dennes legitimitet så kan företaget förlora legitimitet och intressenter. Det vill säga företag förändrar och anpassar de frivilliga upplysningarna för att behålla sina konkurrensfördelar.

Green Cargo fokuserar mycket på koldioxidproblemet. De menar att *"Det går inte att lösa koldioxidproblemet inom transportsektorn utan järnvägen, Ju mer framgångsrika vi är, desto bättre för miljön"*. Företaget indikerar med detta uttalande att utan deras verksamhet går det inte att lösa problemet med koldioxid inom transportsektorn. Uttalanden som *"Varje godstransport som vi får över till tåget är en vinst för miljön"* kan tolkas som att företaget försöker förändra samhällets syn på vad som faktiskt är miljövänlig transport av gods. Indirekt påstår Green Cargo att lastbilar och liknande transportmedel inte är miljövänliga, vilket i sig är sant. Det kan då vara så att företaget försöker påverka samhällets och intressenternas åsikter om vad som är tillräckligt miljövänligt att använda för transport av gods. Enligt Dowling & Pfeffer (1975) kan företagen med kommunikation försöka förändra definitionen av legitimitet så att den överstämmer med företagets produktion och värden. Green Cargo är väldigt måna om att framstå som att deras verksamhet bidrar till samhället. Detta är av stor vikt då skattebetalarna inte ska uppfatta att deras pengar går till oseriösa företag som inte ger något tillbaka till samhället. Fokuset på priser och utmärkelser kan ses samtliga år i redovisningen hos Green Cargo och är ett annat sätt för företaget att få samhällets godkännande. Att vinna utmärkelser och redovisa dessa kan enligt Donald & Preston (1995) ge positiva effekter för ryktet av företaget som i sin tur leder till ökad legitimitet. Även i Schenker läggs det ner stor vikt på priser och engagemang som företaget har varit deltagande i. Det vill säga redovisningen kan användas till att dra uppmärksamhet till saker som gjorts bra som priser för miljöarbete. Genom denna fokus på utmärkelser kan detta sedan skapa en god legitimitet för företaget.

Både Green Cargo och Schenker skriver mycket om att de bidrar och skänker pengar till vidare forskning inom området miljö. Green Cargo satsar mycket på att ta fram en höghastighetsbana i Sverige vilket skulle medföra en möjlighet till transport av gods på dagtid. Detta skulle i sin tur leda till att fler kunder kan transportera sina gods med tåg vilket bidrar till en bättre miljö. Schenker satsar på eldrivna fordon och ger pengar till forskning av alternativa bränslen. Detta är information som tillkommit under 2009. Detta visar att företaget planerar att fortsätta existera och att de satsar pengar i saker som är relevanta för deras fortlevnad. Detta är något som bör vara av relevans för företagets intressenter. Enligt Freeman (1984) måste företagsledningen bedöma vikten av att möta intressenternas efterfrågan och krav för att kunna uppnå företagets strategiska mål. Att redovisa vad företaget gör för att bidra till en fortsatt fortlevnad och bättre miljö kan då vara en åtgärd för att enklare uppnå företagets mål. Det är inte många intressenter som vill investera i ett företag som inte visar att de planerar inför en fortsatt verksamhet. Intressenterna kan mycket väl kräva att företagen på något vis utmärker sig och gör det lilla extra, särskilt eftersom det finns en hel del logistikföretag att välja mellan. Detta kan kanske till och med vara det som avgör vid ett val av leverantör. Även den tvingande institutionella teorin stödjer detta och menar då att företaget enbart förändrar sina metoder och vad de redovisar på grund av tryck från de intressenter som de beror på. Eftersom detta är ett nytt fokus för året så kan det mycket väl vara det som är av yttersta vikt för intressenterna i nutid.

Medarbetare och det sociala ansvaret behandlas i hållbarhetsredovisningarna men får inte lika stor plats som miljö i varken Green Cargo eller Schenkers årsredovisningar. Detta kan kopplas till intressentteorin då varken Green Cargos eller Schenkers intressenter kanske lägger så stor vikt vid dessa områden. Green Cargo skriver: *"Idag är allt fler företag villiga att betala för en god miljöprofil. Miljöprestanda har gått från 11e till 7e till 3e plats i kundernas prioritering, som fortfarande toppas av kostnadseffektivitet och punktlighet"*. Detta tydliggör att Green Cargo vet vad deras intressenter kräver av dem och att de gör allt för att uppfylla dessa krav. Men även företagets bilder på sina kunders produkter i årsredovisningen visar att redovisningen delvis finns till för intressenterna. Detta kan vara ett sätt att marknadsföra sig och locka till sig andra aktörer/kunder till verksamheten. Detta stärks även av Friedman (1962) som menar att företagen kan ge frivilliga upplysningar på grund av ekonomisk rationalitet, det vill säga att det kan finnas ekonomiska fördelar med att redovisa och det är det som är motivationen snarare än att få någon form av social acceptans.

När det gäller informationen i årsredovisningarna, bearbetar Schenker varje område betydligt mer detaljrikt än Green Cargo. Det kan vara så att Schenker går in djupare på varje område eftersom det är ett större företag. De har verksamheter i olika länder där intressenter och samhällen kräver olika saker. Inom medarbetare redovisar de bland annat tydlig information om mångfald, mobbning, trakasserier, lönesamtal med mera vilket Green Cargo inte gör.

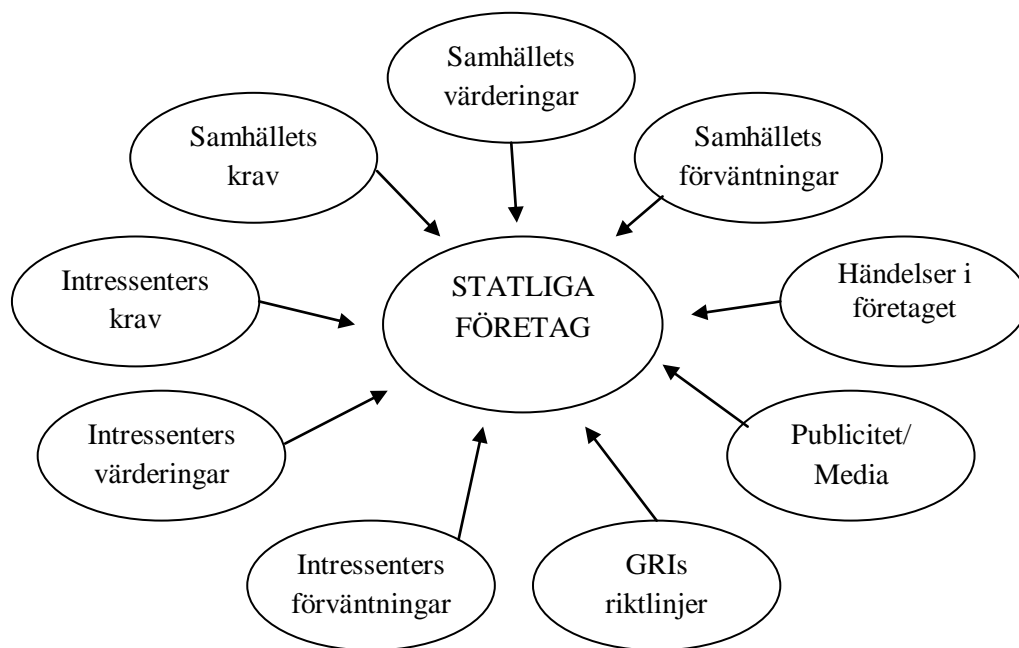
År 2007 tar Green Cargo upp medias inflytande i deras verksamhet under det sociala ansvaret. Enligt Deegan (2002) får de frågor som väckte störst uppmärksamhet i media även störst uppmärksamhet i de årliga rapporterna. Green Cargo skriver: *"Det är genom media företaget kan nå ut med sitt budskap och stärka bilden av Green Cargo som ett hållbart företag samt verka för insikt och medvetenhet om transportsektorns miljöpåverkan."* Även i Schenkers årsredovisning år 2007 finns flera sidor med utklipp från tidningsartiklar om deras företag. Det går då att anta att omvärlden tar till sig informationen som media publicerar om företaget. Detta leder i sin tur till att företagen vill ge ut en bra och positiv bild av sig själva och om så är fallet visar de gärna tidningsartiklar eller uttalanden där företagen fått beröm för sin verksamhet.

Ett annat stort fokus inom det sociala ansvaret i Green Cargo är säkerhet. Samtliga fordon har alkohol exempelvis. Schenker nämner inte mycket om säkerhet förutom att de har vissa regler för konsumtion av alkohol och droger på arbetsplatsen. Även detta kan kopplas till att företaget lägger stor vikt vid att få förtroende från samhället som i sin tur leder till legitimitet för företaget. Green Cargo utmärker även att de skänker pengar till Bris samt Röda Korset. De har lagt stor vikt vid att de utarbetat ett volontärprogram där deras medarbetare får betalt för att utföra volontär arbete som inte är kopplat till Green Cargo. När det gäller socialt ansvar så tar även Schenker upp att de som företag tänker på sin omgivning, även de nämner att de donerar pengar till välgörande organisationer. Schenker skriver även att istället för att skicka julkort så skänker dem dessa pengar till Bris. Genom dessa program och åtgärder försöker Green Cargo och Schenker skapa en bild av att de inte bara är ett vinstmaximerade företag utan att de anser att det finns andra saker som är mer relevanta än vinst. Det som dock inte nämns och som borde finnas med i åtanke är att dessa pengar som företaget donerar till hjälporganisationer är avdragsgilla. Men även om kanske inte alla Green Cargos och Schenkers intressenter är medvetna om detta så är det ett sätt för företaget att visa upp en bra sida och på det sättet skapa en acceptans i samhället och hos intressenterna.

## 6. Resultat

**D**etta avslutande kapitel sammanfattar analysen i en modell som förklaras i avsnittet reflektioner. Sedan redogörs studiens resultat och svarar på frågeställningen. Vidare presenteras förslag till vidare forskning samt kritik till eget arbete.

### 6.1 Reflektioner



Figur 4 Påverkansfaktorer på statliga företags hållbarhetsredovisning

Då de största förändringarna i företagens årsredovisning skedde innan införandet av GRIs riktlinjer, visar detta tydligt att andra faktorer påverkar mängden och fokuset i företagens hållbarhetsredovisning. Ovanstående modell kan beskriva de bakomliggande faktorerna för statliga företags hållbarhetsredovisning. Samtliga faktorer har en inverkan, det är dock svårt att säga vilka som har störst påverkan. I studien har två statliga bolag undersökts och samtliga faktorer har i analysen visats ligga till grund för deras redovisning.

GRIs riktlinjer har påverkat företagen på så vis att de infört en bilaga med GRIs indikatorer. Detta är dock den enda skillnaden som kan påvisas enbart på grund av riktlinjernas införande. Det känns som att företagen gör detta för att de måste och det gör ingen större skillnad för vad som faktiskt skrivs i årsredovisningen. Detta då informationen går i samma spår som tidigare år. Med GRIs korsreferenstabeller blir det enklare för läsaren att hitta den information som är relevant vid beslutsfattande. Det kan även vara så att GRIs riktlinjer leder till en mer strukturerad hållbarhetsredovisning och det blir enklare för företagen att veta vad som behöver tas med. Green Cargo vet kanske vad som behöver redovisas inom miljö men inte inom det sociala ansvaret, GRI är då ett bra hjälpmedel för detta. Även icke statliga företag har användning av GRIs riktlinjer.

Årets händelser är något som påverkar samtliga företag. Detta kan verka självklart, då företag ofta vill framhäva sig själva och redovisa om de bra saker som hänt under året. Men det är

inte enbart positiva händelser som tas med i årsredovisningarna, de redovisar även om årets negativa händelser. Detta kan grunda sig i att de vill rättfärdiga sitt beteende. Ett exempel är Systembolagets redovisning om korruption och faktumet att de visar att de varit och kontrollerat anställningsförhållandena i Afrika efter att media skrivit negativt om detta. Detta leder fram till medias påverkan. Det finns tydlig information i både de statliga företagens och de privata företagens som visar att media spelar roll i företagens redovisning. Både Schenker och Green Cargo skriver mycket om att media är en viktig del av deras verksamhet. Schenker visar tidningsutklipp som varit aktuella under året och Green Cargo skriver att de är medvetna om medias påverkan på verksamheten. Detta bevisar att media har inflytande på vad som redovisas av företag oavsett om det är statligt- eller privatägt.

Intressenternas krav, förväntningar och värderingar är en stor påverkansfaktor för de statliga bolagens hållbarhetsredovisning. Det finns information som är tydligt riktad mot olika intressenter. Det är ett faktum att företagen redovisar den information som krävs utav intressenterna. Transportföretagen informerar exempelvis mycket mer om miljö än om det sociala ansvaret. Detta beror mest troligt på intressenterna förväntningar, krav och värderingar eftersom transportföretagen har en negativ påverkan på miljön. Hade intressenterna krävt lika stor del information vad gäller de sociala förhållandena och medarbetarna så hade det mest troligt funnits i företagens redovisning. Detsamma gäller för Systembolaget och Swedish Match, men fokus ligger på det sociala ansvaret. Detta beror på intressenternas krav eftersom företagens produkter har en negativ inverkan på folks hälsa. Intressenterna är viktiga för företagets fortsatta verksamhet. Oavsett om det är så att företagen har primära och sekundära intressenter eller om samtliga intressenter är av lika stor vikt. Om intressenterna inte får den information som de kräver, förväntar sig eller om informationen inte matchar de värderingar som intressenterna har kan företaget påverkas negativt.

Samhällets krav, förväntningar och värderingar är väldigt viktiga att följa, särskilt för de statliga företagen. Det är samhället, skattebetalarna, som finansierar verksamheten. De är indirekta ägare till både Systembolaget och Green Cargo. Det är därför viktigt för de statliga företagen att ha legitimitet i samhället. Då många svenska medborgare har en uppfattning om att skatten i Sverige är hög, leder negativ publicitet eller dåligt beteende snabbt till ett tappat förtroende för de statliga företagen bland det svenska folket. Då samhället äger dessa företag får det ännu större effekt och det kan gå mycket snabbt för samhället att tappa förtroendet. Skattebetalarna vill inte stödja, finansiera eller betala pengar till ett företag som inte sköter sig och handlar enligt deras värderingar. Detta utmärker sig också tydligt i redovisningarna. Både Systembolaget och Green Cargo visar tydligt i årsredovisningarna att de tar hänsyn till den gemene mans önskan. Systembolaget skriver mycket om deras förtroendeuppdrag och om att sälja med ansvar för att minska alkoholkonsumtionen och alkoholskadorna i samhället. Green Cargo fokuserar på att visa vad de gör för att minska den negativa miljöpåverkan i samhället.

## 6.2 Slutsats

Studiens problemformulering lyder: *Vilka faktorer utöver riktlinjerna som infördes 2007 kan förklara vad förändringar i de statliga företagens hållbarhetsredovisning beror på?*

Det finns många faktorer som påverkar de statliga företagens hållbarhetsredovisning utöver införandet av GRIs riktlinjer.

- Förändringar i redovisningen beror på förändringar i samhället, samhällets förväntningar, krav och värderingar. Det sker förändringar i samhället hela tiden och företagen måste anpassa sig till dessa. De måste då även anpassa sig i den offentliga information som företaget publicerar för allmänheten.

- Intressenterna krav, förväntningar och värderingar påverkar också hållbarhetsredovisningen. Företaget måste anpassa sin hållbarhetsredovisning beroende på de krav intressenterna ställer. Även dessa krav eller förväntningar kan förändras över tid.
- Vissa förändringar i hållbarhetsredovisningen beror på händelser som skett i samhället under året, eller i företaget.
- Förändringar beror även på medias påtryckningar vid negativa händelser, eller vid positiva. Företagen vill rättfärdiga sina beteenden eller visa öppet hur duktiga de är om de fått utmärkelser eller liknande.

Det är även så att företag följer det marknadsledande för att kunna behålla sin konkurrenskraft, ibland kan därför förändringar bero på att det ledande företaget i branschen förändrar sin offentliga information. Andra företag måste därför anpassa sig och redovisa lika mycket för att behålla sina intressenter och sin legitimitet i samhället.

### 6.3 Studiens bidrag

Denna studie behandlar de faktorer som påverkar företagens hållbarhetsredovisning. Det har tidigare gjorts forskning kring ämnet hållbarhetsredovisning, den här studien ämnar ytterligare visa vad som ligger bakom statliga företags hållbarhetsredovisning. Det har fokuserats på regleringen för svenska statliga företag att följa GRIs riktlinjer för att se hur stor inverkan en reglering egentligen har och vilka andra faktorer som bidragit till förändringar i hållbarhetsredovisningen när det gäller mängd, fokus och vad företag väljer att redovisar.

Studiens frågeställning har kunnat besvaras med hjälp av den teoretiska referensramen samt insamlad data från årsredovisningarna. Eftersom studien utgår från de valda teorierna har dessa bidragit till resultatet. Genom att granska och analysera årsredovisningar från de valda företagen över flera årtal blir analysen djupare och mer konkret. Det blev då lättare att se skillnader och likheter mellan företagen och på så vis bidra med ny information om de svenska statliga företagens hållbarhetsredovisning. Studiens visar att företagen hållbarhetsredovisar för egen vinning, om de inte gjort det skulle konsekvenserna kunna bli förödande. Det beror inte speciellt mycket på en reglering från regeringen utan andra faktorer påverkar. Eftersom samhällets krav ständigt förändras så bidrar denna studie med ny och aktuell information om vad som påverkar de statliga företagen idag. Studien visar även vilket fokus det finns i hållbarhetsredovisningen i två svenska statligt ägda företag under 2000-talet samt att svenska medborgare, som indirekta ägare till statliga företag, har stor makt att påverka detta innehåll.

### 6.4 Förslag till vidare forskning

Det skulle vara intressant att göra samma studie i ett senare skede. Detta för att se om företagen fortsätter att utveckla sin hållbarhetsredovisning eller om det stannar av. I det fall förutsätts det att GRIs riktlinjer inte förändras. Det vore även intressant att undersöka flera statliga företag i fler branscher och se om det är samma påverkansfaktorer som påverkar i andra branscher.

Det skulle vara intressant att undersöka samma studie men ur ett agent och principal perspektiv. Det vill säga fokusera på ägarna som i statliga bolag är staten och indirekt de svenska skattebetalarna. Se hur mycket av informationen i hållbarhetsredovisningen som finns till för att minska informationsgapet.

## 7. Källförteckning

Carroll, J. B. (1993) *Human cognitive abilities: A survey of factor-analytical studies*. New York: Cambridge University Press.

Clarkson, M. (1995) "A Stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance", *Academy of Management Review*, Vol. 20, No 1, s. 92-117

Crane, A. & Matten, D. (2007) *Business Ethics: Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization*, Oxford, Oxford University Press

Deegan, C. & Carrol, G. (1993) "An analysis of the incentives for Australian firms to apply for reporting excellence awards", *Accounting and Business Research*, Vol.23, No.91, s. 219-227

Deegan, C. Rankin, M. & Voght, P. (2000) "Firms' disclosure reactions to major social incidents: Australian evidence", *Accounting Forum*, Vol. 24 No.1, s. 101-130

Deegan, C. (2002) "Introduction, The legitimizing effect of social and environmental disclosures – a theoretical foundation", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 15 No. 3, s. 282-311

Deegan, C. & Unerman, J. (2005) *Financial Accounting Theory: First European Edition*, McGraw-Hill Education.

Dillard, J. F. Rigsby, J. T. & Goodman, C. (2004) "The making and remaking of organization context: duality and the institutionalization process", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 17 No. 4, s. 506-542

DiMaggio & Powell (1983) "The iron cage revisited: institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields", *American Sociological Review*, Vol. 48, No 2, s 147-160

Donaldson & Preston, (1995) "The stakeholder theory of the corporation: concepts, evidence and implications", *Academy of management review*, vol. 20, no. 1, s. 65-91

Dowling, J. & Pfeffer, J. (1975) "Organizational legitimacy: social values and organizational behavior" *Pacific Sociological Review*, s. 122-136.

Elkington, J. (1994) "Towards the Sustainable Corporation: Win-Win-Win Business Strategies for Sustainable Development." *California Management Review*, Vol. 36 No.2, s.90-100

Fiedler, T. & Deegan, C. (2002) "Environmental collaborations within the building and construction industry: a consideration of the motivations to collaborate", Critical Perspectives on Accounting Conference, New York, NY, April.

Freeman & Reed, (1983) "Stockholders and stakeholders: A new perspective on Corporate Governance", *California management review*, vol. 25, No 3, s. 88-108

Freeman, R. E. (1984) *Strategic management: A stakeholder approach*, Boston: Pitman.

Friedman (1962) *Capitalism and Freedom*, University of Chicago, Chicago, IL

[globalreporting.org/AboutGRI/WhatIsGRI/](http://globalreporting.org/AboutGRI/WhatIsGRI/) 100410 kl 13.24

Global Reporting Initiative, (2006) *G3 - Guidelines*

Global Reporting Initiative, (2006) *GRI - tillämpningsnivåer*

Gray, R. Owen, D. & Adams, C. (1996) *Accounting and Accountability: changes and challenges in corporate social and environmental reporting*. Prentice Hall, London.

Grankvist, Per (2009) *CSR I praktiken, hur företaget kan jobba med hållbarhet för att tjäna pengar*, Liber, Malmö

Hasnas, J. (1998) "The normative theories of business ethics: a guide for the perplexed", *Business Ethics Quarterly*, Vol. 8 No. 1, s. 19-42

Kanji, Gopal, K. 2010, Corporate social responsibility in a global economy, *Total quality management*, Vol. 21, No.2, s. 119-143

Lindblom, CK (1994) "The implications of organizational legitimacy for corporate social performance and disclosure" paper presented at the *Critical Perspective on Accounting Conference*, New York.

Ljungdahl, F. (1999) *Utveckling av miljöredovisning i svenska börsbolag: praxis, begrepp, orsaker*, Lund, Lunds Universitets Press

McKibben .B. (2006) *Earth: Making a Life on a Tough New Planet*, McGraw-Hill Education.

Matthews, M. R. (1993) *Socially Responsible Accounting*, Chapman Hall, London.

Näringslivsdepartementet (2007), *Riktlinjer för extern rapportering för företag med statligt ägande*

O'Donovan, G, (2002) "Environmental disclosures in the annual report: Extending the applicability and predictive power of legitimacy theory", *Accounting, Auditing & accountability journal*, 15 (3), s. 344-371

Patten, D. (1995) "Variability in social disclosure: a legitimacy-based analysis", *Advances in Public Interest Accounting*, Vol.6, s. 273-285.

Regeringens skrivelse 2008/09:120

Roberts, R (1992) "Determinants of corporate social responsibility disclosure, an application of stakeholder theory", *Accounting organizations and society*, 17 (6) s, 595-612

Woodward, D.G., Edwards, P. and Birkin, F. (1996) "Organizational legitimacy and stakeholder information provision", *British Journal of Management*, Vol.7, s. 329-347.

Årsredovisning 2001 – Green Cargo

Årsredovisning 2005 – Green Cargo

Årsredovisning 2007 – Green Cargo

Årsredovisning 2008 – Green Cargo

Årsredovisning 2009 – Green Cargo

Årsredovisning 2001 – Schenker



Årsredovisning 2005 – Schenker

Årsredovisning 2007 – Schenker

Årsredovisning 2008 – Schenker

Årsredovisning 2009 – Schenker

Årsredovisning 2001 – Swedish Match

Årsredovisning 2005 – Swedish Match

Årsredovisning 2007 – Swedish Match

Årsredovisning 2008 – Swedish Match

Årsredovisning 2009 – Swedish Match

Årsredovisning 2001 – Systembolaget

Årsredovisning 2005 – Systembolaget

Årsredovisning 2007 – Systembolaget

Årsredovisning 2008 – Systembolaget

Årsredovisning 2009 – Systembolaget

# BILAGA 1

	2001	2005	2007	2008	2009
<b>MILJÖ - SYSTEMBOLAGET</b>					
Mängd information	10 rader	1 sida	3,5 sidor	6 sidor	6 sidor
Fokus	Aktivitetens miljöpåverkan, Nya policy och mål för miljöarbete	Arbetar för att minska miljöpåverkan, <b>ekologiskt vin, miljöstationer</b>	<b>miljöpolicy</b> , ekologiska produkter, <b>Energiförbrukning, transporter, byggmaterial</b> , miljöstationer	ekologiska produkter, miljöpolicy, energiförbrukning, miljöstationer, byggmaterial, transport	ekologiska produkter, miljöpolicy, energiförbrukning, miljöstationer, byggmaterial, transport
<b>MILJÖ - SWEDISH MATCH</b>					
Mängd information	2 sidor	2 sidor	2 sidor	2 sidor	2 sidor
Fokus	Miljöpolicy, tillstånd och anmälningsplikt	Miljöpolicy, tillstånd och anmälningsplikt <b>klimatearbete, miljöarbete i praktiken</b>	miljöpolicy, miljöorganisationen, <b>klimatearbete, miljöarbete i praktiken</b>	miljöpolicy, <b>processer, miljönormer och system, miljöorganisation</b> , klimatförändringar	miljöpolicy, miljönormer, processer, miljöorganisation, klimatåtgärder, koldioxidutsläpp
<b>SOCIALT ANSVAR - SYSTEMBOLAGET</b>					
Mängd information	0 sidor	12 sidor	16 sidor	12 sidor	17 sidor
Fokus	-	Korruption, Etik, alkoholkonsumtion, detaljhandelsmonopol, ålderskontroll, kundens hälsa, IQ projektet	Etik, <b>samhällsansvar och CSR, alkohol-förebyggande samarbeten</b> , IQ-projekt, detaljhandelsmonopol, alkoholkonsumtion	<b>ansvarsfull leverantörskedja</b> , kontrollerad försäljning, alkoholkonsumtion, IQ och <b>andra samarbeten</b> , detaljhandelsmonopol	detaljhandelsmonopol, alkoholkonsumtion, kontrollerad försäljning, ansvarsfull leverantörskedja, IQ + andra samarbeten
<b>SOCIALT ANSVAR - SWEDISH MATCH</b>					
Mängd information	0 sidor	1 sida	5 sidor	6 sidor	5 sidor
Fokus	-	uppförandekod, samhällsprojekt	Uppförandekoden, <b>möjligheter för medarbetarna</b> , samhällsprojekt, <b>snus och hälsa</b>	uppförandekoden, möjligheter för medarbetare, samhällsprojekt, snus och hälsa	uppförandekoden, möjligheter för medarbetare, samhällsprojekt, snus och hälsa
<b>MEDARBETARE - SYSTEMBOLAGET</b>					
Mängd information	10 rader	4 sidor	4 sidor	8 sidor	8 sidor
Fokus	Mångfald och jämställdhet, diskriminering attraktiv arbetsplats	<b>Nystart, Kunskap, NMI, sjukfrånvaro, mångfald&amp;jämställdhet, personalomsättning arbetsmiljö.</b>	<b>KORUS, kompetensutveckling, Arbetstid</b> jämställdhet&mångfald, arbetsmiljö&hälsa, NMI, <b>policy, säkerhet</b>	<b>Värderingar</b> , kompetensutveckling, NMI, arbetstid, jämställdhet&mångfald, sjukfrånvaro, hälsa, <b>etik, korruption</b> sommarrekrytering	Värderingar, <b>hållbarhetsundersökning</b> kompetensutveckling, arbetsmiljö, hälsa sjukfrånvaro, jämställdhet, mångfald, etik, korruption, NMI
<b>MEDARBETARE - SWEDISH MATCH</b>					
Mängd information	2 sidor	2 sidor	2 sidor	2 sidor	3 sidor
Fokus	Utveckling, ledarskap, kompetens, konferenser, facklig samverkan, vinstandel European working council, traineeprogram	Utveckling, ledarskap, kompetens, vinstandel, mötesfora, <b>Lön och ersättningar</b> facklig samverkan	<b>företagskultur</b> , utveckling, ledarskap, <b>medarbetarundersökningar, samverkan</b> , facklig samverkan, mötesfora, kompetens	<b>attraktiv arbetsgivare</b> , kompetensutveckling, mötesfora, samarbete med fackföreningar,	kompetensutveckling, företagskultur, <b>europiskt företagsråd</b> , ledarskap, facklig samverkan, mötesfora
* TEXT I FET STIL ÄR NYTT FÖR ÅRET					

# BILAGA 1

	2001	2005	2007	2008	2009
<b>MILJÖ – GREEN CARGO</b>					
Mängd information	2 sidor	8 sidor	8 sidor	8 sidor	8 sidor
Fokus	Bättre miljöprestanda, bränsleekonomi	Miljöpolicy, miljömål, miljöanpassad körning, 12 stycken Bra miljö val intyg, bränsleekonomi	utsläpp på koldioxid, klimatarbete, 22 Green Cargo klimat intyg Miljöpolicy, miljömål, Bra miljö val intyg, bränsleekonomi	leveranskedja, konkurrensfördelar. utsläpp på koldioxid, klimatarbete, Green Cargo klimat intyg Miljöpolicy, miljömål, Bra miljö val intyg	nya satsningar på nya eldrivna lok, höghastighetsbanor Green Cargo klimat intyg Miljöpolicy, miljömål, Bra miljö val intyg
<b>MILJÖ – SCHENKER</b>					
Mängd information	8 rader	7 sidor	12 sidor	9 sidor	10 sidor
Fokus	medvetenhet om miljöpåverkan	miljöpåverkan handlingsplaner för miljöpåverkan	Handlingsplan för miljöpåverkan Miljöanpassad körning, Schenkers pris handlingsplaner	investering i alternativa bränsle, transportmedelstrafik. handlingsplaner, Schenkers pris miljöpåverkan	nya satsningar, gasbilar handlingsplaner, Schenkers pris miljöpåverkan
<b>SOCIALT ANSVAR – GREEN CARGO</b>					
Mängd information	0 sidor	5 sidor	3 sidor	2 sidor	2 sidor
Fokus	-	Trafiksäkerhetspolicy, etikpolicy BRIS, Röda Korset	hållbar utveckling. Volontär arbete handlingsplaner, media Trafiksäkerhetspolicy, etikpolicy BRIS, Röda Korset	dialog med omvärlden Volontär arbete, handlingsplaner Trafiksäkerhetspolicy, etikpolicy BRIS, Röda Korset	media, nyhetsbrev samarbete med skolor och högskolor Volontär arbete, handlingsplaner Trafiksäkerhetspolicy, etikpolicy
<b>SOCIALT ANSVAR – SCHENKER</b>					
Mängd information	0 sidor	2 sidor	2 sidor	5 sidor	5 sidor
Fokus	-	arbetsgivare, opinionsbildare, kravställare	BRIS, KTH, Handels Göteborg. arbetsgivare, opinionsbildare, kravställare	etikpolicy, omvärld, media BRIS, KTH, Handels Göteborg. arbetsgivare, opinionsbildare, kravställare	FN:s tio principer för Global Compact etikpolicy, omvärld BRIS, KTH, Handels Göteborg. arbetsgivare, opinionsbildare, kravställare
<b>MEDARBETARE – GREEN CARGO</b>					
Mängd information	2 sidor	6 sidor	3 sidor	2 sidor	1 sida
Fokus	utbildning, friskvård, sjukfrånvaro Förbättring av arbetsförhållanden, säkerhet	utveckling, ledarskap, kompetens kommunikation, mångfald, utbildning, sjukfrånvaro, säkerhet, friskvård	Utbildning, friskvård, sjukfrånvaron. Bilder på medarbetare utveckling, ledarskap, kompetens, säkerhet mångfald	varsel på 400 anställda Utbildning, friskvård, sjukfrånvaron. utveckling, ledarskap, kompetens, säkerhet mångfald	Fått pris för hög andel kvinnliga chefer. Utbildning, friskvård, sjukfrånvaron. utveckling, ledarskap, kompetens, säkerhet mångfald
<b>MEDARBETARE – SCHENKER</b>					
Mängd information	0 sidor	2 sidor	2 sidor	5 sidor	5 sidor
Fokus		ökad frisknärvaro, jämställdhetspolicy, ledarutveckling.	arbetsglädje, kompetensutveckling utvecklingsamtal, mångfald frisknärvaro, jämställdhetspolicy, ledarutveckling	trakasserier/mobbning, lönesättning lönesamtal, kommunikation frisknärvaro, jämställdhetspolicy, mångfald kompetensutveckling	HIV-AIDS smittade medarbetare droger, alkohol på arbetsplatsen frisknärvaro, jämställdhetspolicy, mångfald trakasserier/mobbning, kompetensutveckling
*TEXT I FET STIL ÄR NYTT FÖR ÅRET					