



GÖTEBORGS UNIVERSITET

HANDELSHÖGSKOLAN

FN:s globala hållbarhetsmål i svenska börsbolags års- och hållbarhetsredovisningar

Vilka av FN:målen skriver börsbolagen om, och vad skriver de?

Kandidatuppsats i företagsekonomi

Lahti, Johan

Rudelius, Andreas

Huvudhandledare: Jonäll, Kristina

Handledare: Sabelfeld, Svetlana

Redovisning, FEG313, H17

Sammanfattning

Kandidatuppsats i företagsekonomi, Handelshögskolan vid Göteborgs Universitet.

Författare: Johan Lahti och Andreas Rudelius

Handledare: Kristina Jonäll och Svetlana Sabelfeld

Titel: FN:s globala hållbarhetsmål i svenska börsbolags års- och hållbarhetsredovisningar - Vilka av FN-målen skriver bolagen om, och vad skriver de?

Bakgrund och problem: 2015 antog FN 17 globala hållbarhetsmål. Dessa mål kallas Agenda 2030. För att nå FN-målen krävs ett globalt samarbete mellan staten, den privata sektorn, det civila samhället och medborgarna. Den svenska regeringens ambition är att Sverige ska vara ledande i genomförandet av Agenda 2030. Dessa ambitioner kring FN:s globala hållbarhetsmål visar ett starkt politiskt tryck bolagen, vilka förväntas hjälpa till i arbetet med att uppnå FN-målen. En praktisk guide för hur företag kan rapportera och redovisa målen kommer dock först att publiceras i början av 2018.

Syfte: Syftet med uppsatsen är att undersöka vilka FN-mål bolagen skriver om, och vad de skriver om FN-målen i sina års- och hållbarhetsredovisningar för år 2016, det vill säga året efter att målen antogs. När bolagen skrev dessa rapporter saknades tydliga ramverk för hur bolagen skulle arbeta med FN-målen.

Metod: Materialet består av de svenska Large Cap bolagens års- och hållbarhetsredovisningar. Studien kartlägger först om och vilka av FN-målen som återfinns i bolagens redovisningar. Därefter används innehållsanalys för att hitta likheter och övergripande teman i vad bolagen skriver om FN-målen.

Resultat och slutsatser: Resultatet av studien visar att samtliga FN-mål nämns av något bolag, en del mål av många fler bolag än andra. De FN-mål som flest bolag nämner är mål 8: Anständiga arbetsvillkor & ekonomisk tillväxt (24 bolag), mål 12: Hållbar konsumtion & produktion (24 bolag), och 13: Bekämpa klimatförändringarna (27 bolag). De flesta av de 48 bolag som nämner FN-målen skriver att målen är relevanta och ser dem som en viktig del i den globala ansträngning som krävs för att kunna hantera hållbarhetsutmaningarna. Studien visar att bolagen hellre skriver om sin urvalsprocess än själva FN-målen. Bolagen väljer i stor utsträckning FN-mål som kan knytas till deras verksamhet eller till redan existerande hållbarhetsmål. Studien visar också att det finns ett flertal teman i hur bolagen skriver om FN-målen. Det vanligaste temat är användandet av de bildsymboler FN gett målen (26 bolag). Näst största temat är användandet av ord som "utvärdera", "identifiera" och "väsentliga" (21 bolag).

Förslag på framtida forskning: Den här studien kan peka på ett samband mellan den nivåskillnad i kvalitet som finns i det bolagen skriver om FN-målen, och om bolagen använt sig av extern granskning eller inte. Detta samband behöver studeras närmare. Under studien har även noterats att många bolag tydligt visar att de knyter an till FN-målen genom att använda de bildsymboler som FN gett målen. Hälften av dessa bolag skriver nästan ingenting om FN-målen, men använder ändå symbolerna i sin redovisning. Denna koppling, att använda sig av bilden istället för det skrivna ordet om FN-målen är något en framtida studie skulle kunna undersöka orsakerna bakom.

Nyckelord: Agenda 2030, FN:s globala hållbarhetsmål, hållbarhet, hållbarhetsredovisning, redovisning, externredovisning.

Innehållsförteckning

1	INLEDNING	5
1.1	BAKGRUND	5
1.2	RELEVANS	6
1.3	PROBLEMDISKUSSION	7
1.4	SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNINGAR	8
2	TEORETISK REFERENS RAM	9
2.1	INLEDANDE PERSPEKTIV PÅ HÅLLBARHETSREDOVISNING	9
2.2	NÅGRA TEORIER FÖR HÅLLBARHETSREDOVISNING	9
2.2.1	<i>Legitimitetsskapande hållbarhetsredovisning</i>	9
2.2.2	<i>Intressentperspektivet på vad som redovisas</i>	10
2.2.3	<i>Skillnader i det som redovisas</i>	11
2.3	AGENDA 2030	12
3	METOD	13
3.1	REFERENSLITTERATUR	13
3.2	ÅRSREDOVISNINGARNA	14
3.3	BEARBETNING AV MATERIALET	14
3.4	LÄSNING AV MATERIALET	15
3.4.1	<i>Den inledande läsningen</i>	15
3.4.2	<i>Den djupare läsningen</i>	16
3.4.3	<i>Studiens teman</i>	16
3.5	KVALITATIVA STUDIER OCH TROVÄRDIGHET	17
4	RESULTAT OCH ANALYS	19
4.1	ÖVERGRIPANDE RESULTAT	19
4.2	VILKA FN-MÅLEN SKRIVER BOLAGEN OM?	21
4.3	BOLAGENS URVAL AV FN-MÅLEN	23
4.3.1	<i>Urval av relevanta FN-mål</i>	24
4.3.2	<i>Urval som identifierar och fokuserar på utvalda FN:mål</i>	25
4.3.3	<i>Bolag som väljer andra ord för sitt urval</i>	26
4.4	FN-MÅLEN KOPPLADE TILL PRODUKT, STRATEGI OCH AFFÄRSMÖJLIGHET	27
4.4.1	<i>Bolag som hjälper sin omvärld nå FN-målen med sina produkter</i>	27
4.4.2	<i>Bolag som beskriver FN-målen som en del av sin strategi</i>	29
4.4.3	<i>Bolag som beskriver målen som en affärsmöjlighet</i>	29
5	SLUTSATS OCH FÖRSLAG PÅ FRAMTIDA FORSKNING	31
5.1	SLUTSATSER	31
5.2	FÖRSLAG PÅ FRAMTIDA FORSKNING	32
5.2.1	<i>Bolag med extern granskning</i>	32
5.2.2	<i>Bolag som inte nämner FN-målen</i>	34
5.2.3	<i>Användandet av bildsymboler</i>	35
6	REFERENSER	37
7	FÖRTECKNING ÖVER BILAGORNA	43
7.1	BILAGA 1 - FN:MÅLEN	44
7.2	BILAGA 2 - BOLAG SOM NÄMNER FN:MÅLEN	46
7.3	BILAGA 3 - BOLAG SOM INTE NÄMNER FN:MÅLEN	47

7.4	BILAGA 4 - BOLAG LISTADE PÅ BRANCH	48
7.5	BILAGA 5 - BOLAG MED EXTERN GRANSKNING	50
7.6	BILAGA 6 - BOLAG UTAN EXTERN GRANSKNING.....	51
7.7	BILAGA 7 - EXEMPEL PÅ TEMAN FRÅN LÄSNINGARNA.....	52
7.8	BILAGA 8A - EXEMPEL PÅ ANTECKNINGAR FRÅN LÄSNINGARNA	53

1 Inledning

Ämnet för den här kandidatuppsatsen är hållbarhetsredovisning.

I slutet av 2015 antog FN 17 globala hållbarhetsmål för att komma tillrätta med de, enligt FN, största hållbarhetsutmaningarna som världen står inför. FN-målen antogs för att uppnå en social, ekonomisk och miljömässig hållbar utveckling i världen. Målen kallas ofta Agenda 2030, vilket anger det år då målen ska vara uppnådda. För att nå FN-målen krävs ett globalt samarbete mellan staten, den privata sektorn, det civila samhället och medborgarna. Mötet där hållbarhetsmålen antogs beskrivs av FN som historiskt då målen är universella och gäller alla länder (FN, 2015a). Alla FN:s medlemsländer har sedan dess anslutit sig till målen.

En hållbarhetsredovisning redovisar ett företags värderingar och styrningsmodell, samt redogör för länken mellan företagets strategi och dess åtaganden för en hållbar utveckling (GRI, 2017). Den mest kända definitionen av hållbar utveckling är ”utveckling som tillfredsställer dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillfredsställa sina behov”, vilken kommer från Brundtlandrapporten från 1987 (Deegan & Unerman, 2011).

1.1 Bakgrund

Under de senaste åren har företagets bild av hållbar utveckling förändrats (Frostenson, Helin & Sandström, 2013). Från att ha framställts som ett hot mot effektivitet, tillväxt och lönsamhet ses hållbarhetsfrågor alltmer som strategiska frågor, vilka kan ha betydelse för både konkurrenskraft och utveckling (Porter & Kramer, 2006). Ett bolag som inte fokuserar på hållbarhet riskerar både att förlora konkurrenskraft och att bli föremål för regleringar som kan hämma bolagets möjligheter att utvecklas kommersiellt (Szekely & Strebel, 2013).

I en del stater, däribland Sverige, har det införts lagkrav på att en hållbarhetsrapport måste upprättas. Den svenska lagen utgår från ett EU-direktiv där målet är att det ska bli lättare att analysera företagets hållbarhetsarbete och att öka förtroendet för företagen. I detta ligger en förväntan om att företag på eget initiativ, och utöver vad lagen kräver, tar ansvar för sin roll i och påverkan på samhället (Justitiedepartementet, 2014).

Kraven i den svenska lagstiftningen ger inget stöd i exakt enligt vilka principer bolaget kan upprätta sin hållbarhetsredovisning. De bolag som faller inom ramen för att upprätta en hållbarhetsredovisning kan välja bland ett flertal olika ramverk. Vilka principer bolaget följer får bolaget själv avgöra genom den så kallade väsentlighetsprincipen. Ett perspektiv på hållbarhetsredovisningen är att det visar att organisationen är trovärdig och ansvarstagande (Deegan & Unerman, 2011).

Genom att upprätta en hållbarhetsredovisning legitimerar bolaget sin verksamhet. Men det finns också farhågor om att bolag upprättar hållbarhetsredovisningar för att framställa sig som bättre än de är, så kallad greenwashing. Det finns också en risk yttre påverkan från intressenter kan leda till att företaget bara ser hållbarhet som något ytligt och symboliskt istället för att verkligen införliva hållbarhet i sin affärsstrategi (Testa, Iraldo & Boiral, 2015).

Agenda 2030 ersätter de åtta millenniemålen som antogs år 2000. Millenniemålen var tidsbestämda, mätbara mål, för att tackla fattigdom, hunger, sjukdomar, analfabetism och diskriminering mot kvinnor. Alla FN:s medlemsländer ställde sig bakom ansträngningarna för att nå målen till 2015, och millenniemålen i sig representerar den första gemensamma agendan för den globala utvecklingen (Unicef, u.å.). Få av målen uppnåddes. Det finns flera

orsaker till att inte alla mål kunde nås, och målen i Agenda 2030 försöker angripa några av dessa problem. Den största kritiken mot millenniemålen var att målen utformades av industrialiserade länder trots att de mestadels påverkade utvecklingsländer (DN, 2016).

Samtidigt som millenniemålen antogs även FN:s Global Compact, vilket är ett frivilligt, principbaserat initiativ direkt riktat till företag. Initiativet består av tio principer, varav tre rör miljöfrågor (Ayuso, Roca, Arevalo & Aravind, 2016). Efter införandet av de globala hållbarhetsmålen i Agenda 2030 har organisationen bakom FN:s Global Compact verkat för att bolagen ska ta till sig även dessa hållbarhetsmål (unglobalcompact.org, u.å.). Enligt flertalet dokument på FN:s Global Compacts hemsida, som riktar sig till bolagsstyrelser och företagsledare, är hållbarhet en strategisk fråga (unglobalcompact.org, u.å.).

1.2 Relevans

Det är inte bara bolagens bild av hållbar utveckling som förändrats under de senaste åren. Även omvärldens syn på hållbarhet har förändrats (Gillet-Monjarret, 2015). I takt med att både allmänhetens och offentlighetens förväntningar kring hållbar utveckling förändrats, har även de ramverk som möjliggör en standardiserad rapportering kring hållbarhet utvecklats (Ayuso et al, 2016). Flera standarder har vuxit fram, utvecklats, och bytts ut. Bolag har själva fått bedöma vilken standard som passar bäst och revisorer har efterfrågat riktlinjer både för hur granskningen av hållbarhetsredovisning ska gå till och för hur granskningen ska utformas.

Hållbarhetsredovisning är ett aktuellt ämne som många forskare undersökt under de senaste åren, men det har samtidigt varit aktuellt i årtionden. Medan det tidiga fokuset låg på att få konkurrensfördelar genom att höja ett företags legitimitet eller förbättra dess rykte (Cahan Villiers, Jeter, Naiker, & Staden, 2015), har fokuset under årens lopp vuxit sig allt mer brett och komplext, då såväl allmänhet som offentlighet både blivit mer intresserade av och engagerade i olika hållbarhetsideal. Det har lett till att hållbarhetsredovisningen både har ökat (Gillet-Monjarret, 2015) och blivit föremål för många studier (Ayuso et al, 2016).

Det mest vedertagna ramverket för att upprätta en hållbarhetsredovisning är GRI, Global Reporting Initiative, där den senaste versionen GRI Standards nyligen börjat tillämpas. Nya riktlinjer, som GRI Standards, där väsentlighet står i fokus är ett lyft för hållbarhetsredovisningen (Lennartsson, 2016, oktober). Transparens blir allt viktigare och där är rapportering kring bolagens arbete med FN-målen en viktig del i sammanhanget (GRI, 2017b). Många bolag integrerar sin hållbarhetsredovisning i sin årsredovisning (KPMG, 2015). Redan 2015 släppte GRI, tillsammans med FN:s Global Compact och organisationen WBCSD guiden The SDG Compass som beskriver hur FN-målen kan antas av företagen (GRI et al, 2015).

Det nya lagkravet på hållbarhetsrapportering kan ses som en början på en viktig och nödvändig förändringsresa mot hållbart företagande (Prop. 2015/16:193), även om kritiker kallar det för en kostsam och framdriven utveckling istället för hållbarhet som en affärsutveckling företagen, med egna incitament, kunnat utveckla själva (Lennartsson, 2015, augusti). Lagen kräver inte en oberoende granskning utan enbart en kontroll av att hållbarhetsrapporten har upprättats i enlighet med lagen (FAR, 2017). Däremot kan företagen välja att låta en extern granskare kvalitetssäkra informationen innan den publiceras. En detalj i lagkravet är att det är styrelsens ansvar att en hållbarhetsrapport upprättas (FAR, 2017).

Agenda 2030 är en handlingsplan för människors och planetens välbefinnande (FN, 2015b). Uppföljning av arbetet med FN-målen ska göras globalt och regionalt (FN, 2015a). En

hållbarhetsredovisning kan också innehålla hänvisningar till FN:s globala hållbarhetsmål (FAR, 2017). För att följa upp att näringslivet gör sin del är företagens externa rapportering en viktig faktor (FN, 2015a). Att företag i sin rapporteringscykel inkluderar vad de gör för att kunna uppnå målen Agenda 2030 är en del i uppföljningsarbetet. KPMG släppte i oktober 2017 en rapport där de gått igenom totalt 4900 bolags hållbarhetsredovisningar, de 100 största bolagen i 49 länder, däribland Sverige. I rapporten utmärker sig Sverige genom att toppa listan över andelen bolag som nämner målen i sina redovisningar (KPMG, 2017). Av de 100 största svenska företagen har 60 med FN-målen i sin hållbarhetsredovisning. FN-målen får i årets KPMG-rapport stort utrymme, vilket pekar på deras aktualitet och relevans.

Det är regeringens ambition att Sverige ska vara ledande i genomförandet, både på hemmaplan och när det gäller att bidra till det globala genomförandet av agendan (regeringen.se, 2017). Det är därför intressant att se om och i vilken utsträckning svenska börsbolag har hunnit ta till sig målen genom att granska hur målen beskrivs i bolagens hållbarhetsrapporter.

1.3 Problemdiskussion

Sett i ljuset av regeringens ambitioner kring Agenda 2030 och dess ambitioner med hållbarhetskraven i årsredovisningslagen finns ett starkt politiskt tryck på att bolag ska arbeta med att uppnå FN:s hållbarhetsmål. Även om bolag använder sig av exempelvis GRI när de upprättar sina hållbarhetsrapporter, finns det andra ramverk som kan komplettera eller integreras i GRI. FN:s frivilliga principbaserade ramverk Global Compact har blivit ett av de vanligaste (Ayuso, et al, 2016). Nästan tiotusen bolag, i 162 länder, har anslutit sig till FN:s Global Compact (unglobalcompact.org, u.å.). Global Compacts tio principer handlar om mänskliga rättigheter, arbete, miljö och antikorrupktion. Global Compact har tagit fram modeller för hur bolag ska kunna arbeta med vart och ett av målen i Agenda 2030, och i en rapport från 2017 nämns att 75 procent av de bolag som använder sig av Global Compact även har börjat arbetet för att uppnå hållbarhetsmålen i Agenda 2030 (UN Global Compact, 2017). Det finns ett stort tryck på bolagen att de ska börja redovisa sitt arbete med FN-målen.

Förändringsresan mot hållbart företagande är en balansgång mellan bolagens intressenter och den politiska diskursen. För företagen handlar det om att kunna utnyttja fördelarna i utvecklingen för hållbarhet, att hitta möjligheter i FN-målen (GRI, UN Global Compact & WBCSD, 2015). För att kunna göra det måste de anpassa den typ av innovation de strävar efter till sin särskilda kontext. Tre sätt att göra det är genom att integrera hållbarhet så att det är en del av bolagets verksamhet, att använda sig av olika partnerskap med både allmänhet och offentlighet, samt visionärt ledarskap från bolagets ledning (Szekely et al, 2013). Offentlighetens krav utgår ofta från effekterna av hållbarhetsredovisning, det som kan mätas blir det som genomförs. Det måste finnas en mätbarhet i det bolagen redovisar kring FN-målen. Det är långt ifrån säkert att bolagen förstår vad som ska mätas.

Bolagens anpassningsförmåga handlar både om deras överlevnad och legitimitet. Företag vill försäkra sig om att de uppfattas som legitima, och lägger resurser på att deras verksamhet ska följa samhällets normer (Deegan & Unerman, 2011). När normerna förändras, som i hållbarhetsfrågorna, är det viktigt för bolag att kunna anpassa sig (Porter et al, 2006; Szekely et al, 2013). Detta gäller även FN-målen. Bolag som kan signalera till omvärlden att de följer med och anpassar sig, och upprättar rapporter kring och redovisar detta, kan attrahera nytt kapital eller skapa ett gott rykte. Global Compact har tillsammans med GRI verkat för att bolagen tidigt ska ta sig an FN-målen i Agenda 2030, men tydlighet kring hur bolag ska integrera och rapportera målen har saknats. Riktlinjer för vad som kan mätas saknas.

Osäkerhet kan därför uppstå i bolagen, både kring vad som ska mätas och kring vilken information som ska lämnas. Bolagen måste dessutom förhålla sig till olika typer av intressenter och till vad som är väsentligt för verksamheten. Både ur sitt eget, men också ur allmänhetens och offentlighetens perspektiv. Vilka FN-mål är relevanta för det enskilda bolaget? Hur ska bolaget redovisa det?

FN:s och den svenska regeringens ambitioner om FN-målen påverkar företagen; de ska ju vara en drivande faktor i att uppnå målen. Samtidigt finns en otydlighet kring hur FN-målen ska redovisas. 2015 släpptes The SDG Compass som beskriver hur FN-målen kan antas av företagen (GRI et al, 2015), dock utan att nämna specifika mål eller delmål. GRI som organisation kommer i början av 2018 att släppa en praktisk guide för hur företagen kan rapportera och redovisa FN:s globala hållbarhetsmål (GRI, 2017a). Den djupare analys av målen som ska hjälpa bolag använda guiden släpptes i slutet av 2017. I den analysen saknas fortfarande angreppssätt för några av delmålen. Så vad skriver då bolagen om FN-målen, innan de vet hur de ska rapportera dem? Detta leder oss till vår frågeställning.

1.4 Syfte och frågeställningar

Uppsatsen syftar till att utforska om FN-målen i Agenda 2030 återfinns i svenska börsbolags årsredovisningar och hållbarhetsredovisningar för 2016, året efter att målen antogs.

Baserat på ovanstående problemdiskussion om användandet av FN-målen som ytterligare ett ramverk i bolagens hållbarhetsarbete och hållbarhetsredovisningar vore det intressant att se vilka av FN-målen som återfinns. Är det några av FN-målen som uppmärksammas mer? Också vad bolagen skriver om FN-målen är intressant. Finns det några likheter eller genomgående teman i det bolagen skriver? Utifrån detta har två frågor formulerats:

- 1: Vilka FN-mål skriver bolagen om?
- 2: Vad skriver bolagen om FN-målen?

2 Teoretisk referensram

I detta kapitel presenteras relevanta teorier och tidigare studier inom uppsatsens område.

2.1 Inledande perspektiv på hållbarhetsredovisning

Allt ett bolag skriver i sin årsredovisning är en signal till omvärlden. Hållbarhet kan ses som en sådan signal till marknaden, till intressenter, och till andra bolag. Genom att skriva om något signalerar bolaget att det antingen känner till eller arbetar med det de tycker är väsentligt för verksamheten och dess legitimitet (Deegan & Unerman, 2011).

Tidigare studier inom området har bland annat fokuserat på vad som uttrycks kring hållbarhet, i vilken omfattning hållbarhet nämns, var i årsredovisningen det nämns, eller har utforskat hur hållbarhetsredovisningen kan ses som ett kommunikationsinstrument, eller som ett organisatoriskt instrument för styrning av hållbarhetsprocesser (Frostenson et al, 2013). Studier har även fokuserat på att hållbarhetsredovisning även kan ses som ett verktyg för att hantera intressenternas krav på transparens kring bolags hållbarhetsarbete (Herremans, Nazari, & Mahmoudian, 2016). Även kopplingen mellan så kallade Human Resources och hållbarhet har studerats (Ehnert, Parsa, Roper, Wagner, & Muller-Camen, 2015). Det finns också studier kring hur andra FN-mål och principer i FN:s Global Compact tagits emot och implementerats i företag (Ayuso et al, 2016; Rasche 2009).

Information om hållbarhet betraktas mer och mer som relevant och värdeskapande. Mot den bakgrunden finns det två trender som ofta diskuteras: integrerad rapportering och den oberoende granskningen av hållbarhetsrapportering (Reimsbach, Hahn & Gürtürk, 2017). Integrated Reporting är ett ramverk att upprätta sin hållbarhetsrapport efter, den ska då alltid vara integrerad. Även om många bolag kallar sina årsredovisningar för integrerade är det bara cirka tio procent av dem som faktiskt använder sig av ramverket Integrated Reporting (KPMG, 2015). Enligt kraven i årsredovisningslagen kan en hållbarhetsrapport antingen vara integrerad i årsredovisningen eller utformas som en fristående rapport. Om den är en integrerad del av årsredovisningen ska den vara på svenska, men om rapporten är en separat handling finns inga språkkrav (FAR, 2017).

2.2 Några teorier för hållbarhetsredovisning

De två huvudsakliga teorierna denna studie utgår ifrån är legitimitetsteori och intressentteori. De är nära förknippade med varandra, och även med institutionell teori. De båda förstnämnda teorierna visar hur en organisation är en del av ett större socialt system. Legitimitetsteori utgår från mer generella omvärldskrav och förväntningar på en organisation. Intressentteorin visar hur olika intressenter kan ha olika förväntningar på en och samma organisation. Medan de två teorierna kan användas för att förklara hur olika sätt att hållbarhetsredovisa kan användas för att skapa legitimitet för en organisation kan institutionell teori användas för att visa på hur olika organisationsformer (och deras redovisningar) kan uppstå och påverka varandra, för att på så sätt ge en organisation (och dessas redovisning) legitimitet (Deegan & Unerman, 2011). Som komplement till de två förstnämnda teorierna, stödjer sig studien även på några teorier kring hållbarhet i relation till bransch, väsentlighet och strategi.

2.2.1 Legitimitetsskapande hållbarhetsredovisning

Inom legitimitetsteori betonas vikten av årsredovisningen. Frivillig information i en årsredovisning är ett sätt att stärka bolagets legitimitet (Deegan & Unerman, 2011). Enligt legitimitetsteori finns det ett socialt kontrakt mellan ett bolag och dess intressenter. För att legitimera bolaget måste samtliga intressenter se bolaget som legitimt. Ett bolag som bryter

mot kontraktet med intressenterna hotar, enligt teorin, sin egen överlevnad. Bolag kommer därför lägga resurser på att verka legitima, för att inte drabbas av sanktioner. Tidigare ansågs legitimiteten endast utgå från ekonomisk prestation; så länge bolaget var lönsamt, ansågs det av intressenterna som legitimt (Deegan & Unerman, 2011).

En fransk studie av de 120 mest omsatta bolagen på den franska börsen visar att ett bolags storlek, bransch samt bolagets profilering och positionering gentemot sina konkurrenter inom corporate social responsibilities påverkar valet att låta sin hållbarhetsinformation granskas (Gillet-Monjarret, 2015). Media är en påverkansfaktor där något som granskats hårt ett år ofta får större utrymme i ett bolags årsredovisning nästa år. En annan studie visar, genom att undersöka rapporteringen kring amerikanska gruvbolag och oljeindustrin som efter en miljöskandal på 1970-talet började granskas hårdare av både media och allmänhet, att hela branscher kan påverkas att hållbarhetsredovisa i större utsträckning och på så sätt legitimera sig (Cahan et al, 2015). I Sverige finns klädindustrin där H&M ofta granskats avseende barnarbete (Munk, 2007; Randhawa Bergmark & Norbergh, 2015; Lapidus, 2016), arbetsförhållanden (Larsson Hultin, 2015) och vattenförbrukning vid tillverkningen av textilier och miljöpåverkan (Brandão Jönsson, 2017). Även Lundin Petroleum har granskats av media angående mänskliga rättigheter och folkrättsbrott (Röstlund, 2017).

En revision är ett sätt att göra en organisations redovisning trovärdig (Carrington, 2014). De många sätt som finns för att både upprätta och granska en hållbarhetsredovisning gör revisorer osäkra på hur de ska göra, vilket leder till att de gör mer eller mindre som andra revisorer. Andra specialister som granskar hållbarhetsrapporterna använder ett bredare spektrum av metoder för att analysera rapporterna, något som leder till minskad kredibilitet och transparens (Reimsbach et al, 2017). Medias påverkan kan förklara att ett bolag väljer att låta sin hållbarhetsrapport granskas (Gillet-Monjarret, 2015). De flesta verkar vara överens om att en granskning av hållbarhetsredovisningen bidrar till ökad trovärdighet, transparens och förbättrad information om bolagets aktiviteter (Reimsbach et al, 2017; Gillet-Monjarret, 2015; Lennartsson, 2016, maj; Wong, Wong, Yangliu Li & Chen, 2016).

Det är allmänt erkänt att högkvalitativa granskningar är till direkt förmån för företag och indirekt gagnar ekonomin och samhället i stort (IFAC, 2017). Den nivå av kvalitet som ett företag använder sig av, och utvecklar, i sin hållbarhetsrapportering kan leda till ökad trovärdighet, och på så sätt även påverka hur företagets intressenter ser på företaget, och förbättra dess rykte (Odriozola & Baraibar-Diez, 2017, Gillet-Monjarret, 2015). Även om det vore önskvärt att hållbarhetsrapporterna även blir genomlysta och följs av försäkrande utlåtanden som garanterar kvaliteten i rapporteringen, förekommer det inte alltid. De som utför revision på hållbarhetsrapporter är inte alltid utbildade revisorer (Wong et al, 2016). I en föränderlig omvärld krävs att bolagen hela tiden både anpassar sig och uppdaterar sig i förhållande till samhällets efterfrågan. Att tillsammans kunna nå FN-målen är en del av samhällets förväntan på bolagen.

2.2.2 Intressentperspektivet på vad som redovisas

Intressentteorin är nära knuten legitimitetsteorin. Inom intressentteorin är redovisningen ett verktyg för att hantera och tillgodose olika intressenters krav, vilket på så sätt legitimerar verksamheten (Deegan & Unerman, 2011). En intressent till ett bolag är den som på något sätt påverkas av, eller kan påverka, företagets verksamhet. Precis som i legitimitetsteorin fokuserade detta samspel tidigare mest på ekonomiska påverkansfaktorer, men intressentteorin har nu blivit mer omfattande. Det har blivit vanligare att bolagen anger vilka deras intressenter är i sina årsredovisningar och hållbarhetsredovisningar (Arvidsson, 2017).

Inom teorin finns två synsätt. Det ena innebär att alla intressenter ska behandlas lika. Det betyder också att bolagets ansvar avgörs av dess påverkan på intressenten; alla intressenter har rätt till samma information. Det andra synsättet utgår ifrån att bolaget tillhandahåller information utifrån vilka intressenter som har makt att påverka bolaget. Här behandlas inte alla lika, utan det är de intressenter som anses kunna påverka bolagets framtid som får sitt informationsbehov tillgodosett (Deegan & Unerman, 2011).

Hot mot bolagets legitimitet medför att bolag inkluderar mer frivillig information i redovisningen än vad som krävs för att tillfredsställa intressenter och behålla sin legitimitet (Deegan & Unerman, 2011). Genom att inkludera frivillig information kan bolag möta de förväntningar som ställs från olika intressenter (Herremans et al, 2016), och på så sätt legitimera sin existens. Det blir därför viktigt att bolagen faktiskt redovisar den information som de olika intressenterna efterfrågar på ett sådant sätt att den blir transparent och kontrollerbar. Den studie som Ayuso et al (2016) genomförde om FN:s Global Compact visade att stora internationella bolag redovisade enligt det ramverket eftersom det underlättade för bolagen hur de skulle tilltala många olika intressenter i sin hållbarhetsredovisning. Att börja redovisa arbetet med FN-målen kan vara ett sätt att möta sina intressenternas förväntningar.

Granskning av hållbarhetsinformation kan påverka investerares bedömning positivt när de utvärderar ett bolags hållbarhetsarbete, att informationen värderas högre och till att bolagets omdömen bland investerarna kan bli högre (Reimsbach et al, 2017). Investerare är en viktig intressentgrupp för de flesta bolag. I takt med olika intressenters ökade intresse för hållbarhetsrapportering är det fler och fler företag som låter sina rapporter granskas (Moroney & Trotman, 2016; Gillet-Monjarret, 2015).

2.2.3 Skillnader i det som redovisas

Relaterbart till både intressent- och legitimitetsperspektivet är de väsentlighetsanalyser som bolagen gör. Väsentlighetsanalyser innebär att bolagen undersöker vilka hållbarhetsområden som deras intressenter anser vara mest relevanta för bolaget att fokusera på (Arvidsson, 2017). Detta matchas med hur viktiga dessa hållbarhetsområden internt anses vara för bolaget.

Väsentlighet är något som återkommer även i ramverket GRI, och har blivit vanligt förekommande i hållbarhetsredovisningar (Arvidsson, 2017). Detta fokus ses som ett lyft för hållbarhetsredovisningen (Lennartsson, 2016, oktober). Vad som är väsentligt att redovisa för ett bolag i Sverige är kanske inte väsentligt för bolag i andra länder. När antagandet av Global Compacts principer i företag studerats (Ayuso et al, 2016), visade det sig att internationella bolag inte var villiga att lägga extra resurser för att arbeta med principerna, men också att dessa bolag ändå arbetade med principerna då det efterfrågades av deras utländska intressenter. Även bransch är något som påverkar hållbarhetsredovisningen (Gillet-Monjarret, 2015; Cahan et al, 2015). Det har gått att se skillnader i hållbarhetsrapportering och bransch. Det har visat sig att branscher med stor miljöpåverkan såsom Olja & Gas har redovisat hållbarhet i högre utsträckning (Cahan et al, 2015). Stora bolag är föregångare inom hållbarhetsrapportering och deras beteende kan ofta förutse större trender (KPMG, 2017).

Genom att analysera bolagets möjlighet att bidra utifrån samma ramverk som de använder för att analysera andra strategiska val kan hållbarhetsarbetet bli en möjlighet och en konkurrensfördel (Porter et al, 2006). Effekten av mer hållbara produkter och konsumentbeteende har dock inte varit tydlig (Porter et al, 2006; Szekely et al, 2013). Enligt

Porter och Kramer är det bäst om hållbarhetsarbetet gynnar alla sidor, alltså också företagen själva. Hållbarhetsarbetet bör integreras i ramverket som bolaget använder för att förstå dess konkurrenssituation och guida dess strategi (Porter et al, 2006).

Vid val av vilka hållbarhetsmål ett bolag ska bidra till bör det ta de mål som närmast korsar med bolagets verksamhet (Porter et al, 2006). Andra hållbarhetsmål bör lämnas till bolag med mer relevant verksamhet eller till myndigheter. Ett bolag bör välja mål baserat på om det kan skapa värde både för bolaget och samhället (Porter et al, 2006).

Porter och Kramer fortsätter att utveckla begreppet ”shared value” 2011. De definierar det som en strategi som både stärker bolagets konkurrensfördel samtidigt som det gynnar samhället i stort. Det värde som skapas för bolaget eller för samhället måste ställas i relation till kostnaden. I avancerade ekonomier är efterfrågan på produkter som möter samhällliga problem växande (Porter & Kramer, 2011).

2.3 Agenda 2030

De globala hållbarhetsmålen i Agenda 2030 består av 17 huvudmål och 169 delmål (FN, 2015a, 2015b). Huvudmålenas namn är långa och deras fullständiga namn listas i bilaga 1. I bilagan presenteras även FN:s bildsymboler för målen. I den här uppsatsen används målenas förkortade namn. Dessa listas nedan. FN beskriver huvudmålen som ”goals”, som motsvaras av svenskans mål, och delmålen beskrivs som ”targets”, målsättningar. Flera av delmålen ska vara uppfyllda till ett specifikt årtal (FN, 2015a, 2015b). Målen beskrivs av FN som odelbara, vilket betyder att de olika målen är sammankopplade och påverkar varandra (FN, 2015a).

Globalt sett nämner cirka 40 procent av de största bolagen FN-målen i Agenda 2030 i sin hållbarhetsredovisning (KPMG, 2017). Detta har skett på mindre än två år efter att målen antogs. Enligt KPMG kan det vara ett tecken på att FN-målen kommer att bli ännu vanligare i bolagens hållbarhetsrapportering under kommande år (KPMG, 2017).

Införandet och efterlevnad av FN-målen är frivilliga, och ska göras av varje land för sig (FN, 2015a). Detta betyder att hänsyn tas till länders olika kapacitet att arbeta med målen. FN som organisation ska finnas till som stöd för de länder som ber om hjälp med arbetet, men varje land kan utifrån sina förutsättningar välja att prioritera ett FN-mål framför ett annat. Detta gäller främst länder i Afrika, utvecklingsländer utan havsgräns, världens minst utvecklade länder och små önationer, men även länder drabbade av konflikter behöver extra stöd (FN, 2015a).

I en tid när stora bolags vinster kan överstiga länders BNP, spelar den privata sektorn en stor roll för att FN-målen ska kunna uppnås (GRI, 2017a). Nästa utmaning för bolagen är att verkligen bidra till den globala ansträngningen för att FN-målen ska kunna uppnås. Enligt KPMG-rapporten har många bolag valt FN-mål som ligger nära bolagens redan existerande hållbarhetsarbete. Det är därför oklart hur bolagen bidrar till just FN-målen. Rapporteringen av målen måste utvecklas så det går att kvantifiera, verifiera och effektivt kommunicera vilken påverkan bolag faktiskt har på FN-målen (KPMG, 2017).

De 17 FN-målen i Agenda 2030 är; 1: Ingen fattigdom, 2: Ingen hunger, 3: God hälsa & välbefinnande, 4: God utbildning, 5: Jämställdhet, 6: Rent vatten & sanitet, 7: Hållbar energi, 8: Anständiga arbetsvillkor & ekonomisk tillväxt, 9: Hållbar industri, 10: Minskad ojämlikhet, 11: Hållbara samhällen, 12: Hållbar konsumtion & produktion, 13: Bekämpa klimatförändringarna, 14: Hav & marina resurser, 15: Biologisk mångfald, 16: Fredliga & inkluderande samhällen, och 17: Globalt partnerskap (FN, 2015b).

3 Metod

Det här kapitlet handlar om hur studien genomförs, hur materialet undersöks och varför den metod studien förlitar sig på har använts.

För att kunna svara på studiens frågor har det material som krävs för en textanalys samlats in från bolagen. Då de två frågorna är 1: Vilka FN-mål skriver bolagen om? och 2: Vad skriver bolagen om FN-målen? måste bolagens hållbarhetsredovisningar och årsredovisningar samlas in och två metoder användas.

Den första frågan besvaras med hjälp av en metod som kartlägger om och vilka av FN-målen som återfinns i bolagens redovisningar, samt ger nödvändig bakgrundsinformation inför fråga två.

Den andra frågan kräver en annan metod. Denna typ av fråga behöver studeras med hjälp av en kvalitativ metod. En kvalitativ metod kan till skillnad från en kvantitativ metod gå på djupet i den text som ska analyseras (Patel & Davidson, 1994). Metoden används för att hitta likheter och teman i vad bolagen skriver om FN-målen.

En förstudie av ett tiotal årsredovisningar från stora bolag, mellanstora bolag och små bolag listade på Nasdaq OMX Stockholm gjordes. Detta i syfte att se om FN-målen över huvud taget förekom i årsredovisningarna eller i hållbarhetsredovisningarna, för att se vad som skrevs om målen, samt för att kunna göra avgränsningar.

3.1 Referenslitteratur

Studiens problemområde, syfte och frågeställning berör FN-målen i Agenda 2030. Därför har de globala FN-målen studerats. Detta har gjorts genom att läsa den information som finns tillgänglig om målen via FN:s hemsida, både på engelska och på svenska.

För att förstå varför bolag väljer att redovisa frivillig information innan något blivit ett lagkrav har vetenskapliga artiklar i ämnesområdet hållbarhetsredovisning sökts fram, lästs och diskuterats. Dessa artiklar har främst hittats i databaser tillgängliga genom Göteborgs Universitetsbibliotek genom sökord som Hållbarhetsredovisning, Sustainability Reporting, Corporate Sustainability Reporting, CSR, och liknande men även genom sökord som Agenda 2030, UN Global Sustainable Development Goals, Global Compact och liknande. De sökningar som gjordes på FN-målen resulterade i artiklar om hur målen kan implementeras, att de bör vara en del av bolagens hållbarhetsarbete, samt förslag på hur de kan mätas, men inget om hur de används.

Artiklarna som söktes fram har främst varit baserade på legitimitetsteori och intressentteori, varför dessa teorier har studerats lite närmare för att kunna analysera fynden. Några veckor in i studien släppte KPMG en rapport om FN-målen i de största bolagens årsredovisningar för år 2016, vilken även den blev en utgångspunkt för studien. Rapporten beskriver att FN-målen är viktiga mål, och att de återfinns i redovisningarna, men beskriver inte hur målen återfinns eller vad bolagen skriver om målen (KPMG, 2017).

3.2 Årsredovisningarna

En första förstudie av tio årsredovisningar gjordes. Den visade att FN-målen inte återfanns hos de små och mellanstora bolagen som ingick, utan endast återfanns hos ett enda storbolag. Därför avgränsades studien till att endast omfatta Stockholmsbörsens storbolag. Ytterligare ett motiv till att göra den här avgränsningen är att storbolag länge har varit ledande i hållbarhetsredovisning, och att mindre bolag har följt efter (KPMG, 2015; KPMG 2017). Storbolagen är tidiga användare och trendsättare när det gäller att implementera och utveckla nya strategier för rapportering (Arvidsson, 2017).

Grundmaterialet för studien består av årsredovisningar och hållbarhetsredovisningar från svenska börsbolag noterade på Nasdaq OMX Stockholm Large Cap per den 2016-12-31. För bolag med brutet kalenderår har den årsredovisning lästs som till största delen avser år 2016. Antalet bolag på Large Cap-listan den 2016-12-31 var 79 stycken. Den lista som har använts är den storbolagslista över slutkurser för 2016 års sista handelsdag som publicerades i Dagens industri den 2017-01-02 (Dagens industri, 2017, 2 januari).

Årsredovisningar och fristående hållbarhetsredovisningar har hämtats från bolagens hemsidor. 78 bolag hade utformat dessa i PDF-format. I ett fall (Tele2) återfanns ingen hållbarhetsredovisning i PDF-format, utan som hemsida. En av årsredovisningarna bestod av fyra fristående rapporter (Stora Enso), och ett bolag hade en fristående rapport i vilken det stod att den ska läsas som en integrerad del av årsredovisningen (Kinnevik). Några bolags hållbarhetsredovisningar förekommer med samma längd och innehåll både som fristående och integrerade. De flesta är numrerade med sidnummer enligt årsredovisningen. Dessa har räknats som integrerade. Många bolag har fristående hållbarhetsredovisningar, där samma information återfinns något kortare i årsredovisningen. Dessa har räknats som fristående. Några av hållbarhetsredovisningarna bestod av två till tre separata rapporter, som tillsammans utgör bolagets hållbarhetsredovisning. Dessa extra rapporter består, förutom av själva hållbarhetsrapporten, även av GRI Index-rapporter och Business Progress Reports till FN:s Global Compact.

Årsredovisningarna har undersökts i sin helhet. Inledningsvis ämnade studien att endast studera själva hållbarhetsredovisningen även i årsredovisningarna, en avgränsning som visade sig svår att göra framför allt för de bolag som verkligen integrerat hållbarhet i alla delar av årsredovisningen. Att årsredovisningar och hållbarhetsredovisningar har studerats uppfyller flera syften. Inledningsvis för att ge förberedande utgångspunkter för vad som ska studeras, och skapa en bred överblick. Därefter för att undersöka hur bolagen beskriver FN-målen, samt vilka av FN:s mål bolagen skriver om.

3.3 Bearbetning av materialet

För att besvara studiens frågor är det nödvändigt att först sortera materialet och skapa överskådlighet. Kvalitativa data måste förberedas och organiseras innan de låter sig analyseras (Denscombe, 2016). Samtliga 79 bolag listades därför i en Excel-fil, och därtill infördes anteckningar om bransch samt om bolagets redovisning av hållbarhet återfanns som en del av årsredovisningen eller var fristående enligt nedanstående tabell.

Tabell 1, mall för hur bolagen listades i Excel:

Grupp	Bolag	FN:mål nr																	Bransch	Fri/Års	Granskad av	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	Ej specifika mål			
	Bolag 01																					
	Bolag 79																					

Eftersom en del av redovisningarna är skrivna på engelska och andra på svenska har sökningar efter ord gjorts på både svenska och engelska. Genom att använda dels sökfunktionen i webbläsarna Safari och Explorer och dels sökfunktionerna i programmen Preview for Mac och Adobe Acrobat Reader har årsredovisningarna skannats på ord som FN, Agenda 2030, Sustainable Development Goals, SDG, UN, Global Goals, FN:s utvecklingsmål, FN:s hållbarhetsmål, FN:s globala mål, och liknande, både för att se på förekomsten av målen och för att kunna anteckna sidnummer för djupare läsning.

Därefter noterades vilka av FN-målen som återfanns i respektive hållbarhetsrapport, detta för att kunna svara på studiens första fråga: Vilka FN-mål skriver bolagen om? Dessutom antecknades vilka bolag som hade låtit en oberoende part granska hållbarhetsredovisningen. Efter denna bearbetning återstod 48 bolag där FN-målen återfanns och 31 där de inte återfanns. Redovisningarna från de 48 bolag som nämner FN-målen utgör studiens material för en djupare textanalys. I den inledande läsningen delades bolagen in i grupper, beskrivna i 3.4.1.

Efter den andra djupare läsningen av texten gjordes en ny ordsökning på samtliga redovisningar, för att säkerställa att inget av de bolag där inga fynd gjorts hade sorterats bort felaktigt. Detta då det visade sig att bolagen kallade FN-målen totalt femton olika namn, se även 3.4.2.

3.4 Läsning av materialet

Läsningen av materialet har utgått ifrån de insamlade redovisningarna. Detta betyder att kartläggningen av vilka mål som återfanns kombinerat med den första läsningen hjälpt oss sortera materialet i olika grupper, beskrivna i 3.3.1. Den andra och tredje läsningen beskrivs i 3.3.2; dessa läsningar har hjälpt oss att reda ut materialet och kartlägga de likheter och teman som återfanns i materialet. En fjärde läsning har varit ett stöd vid analysen av de teman som framkom.

Studiens andra fråga: Vad skriver bolagen om FN-målen? fokuserar på innebörden av beskrivningarna av FN-målen och fördjupar sig alltså inte i förekomst eller omfång. Detta görs genom en innehållsanalys, vilket kan genomföras på flera sätt (Bergström & Boréus, 2012; Beattie & Thomson, 2007; Patel & Davidson, 1994). Den här studien kommer fokusera på att finna olika teman och likheter som fångar upp vad bolagen skriver om FN-målen. Hur beskrivs målen och vad skriver bolagen generellt om FN-målen som helhet?

3.4.1 Den inledande läsningen

För att underlätta läsningen delades bolagen efter den inledande genomläsningen in i tre grupper, utifrån hur mycket de skrev om FN-målen. Vilka bolag som ingår i varje grupp listas i bilaga 7.8C.

Dessa tre grupper är:

- 1, ”Beskriver” (16 bolag): Bolagen i denna grupp beskriver FN-målen på ett sätt som är kopplat till deras verksamheter, med tydliga exempel på hur deras verksamhet, produkter eller hållbarhetsarbete påverkar eller bidrar till FN-målen. Gemensamt för bolagen i gruppen är att FN-målen nämns specifikt i bolagens exempel och inte bara refereras till. Dessa bolag har skrivit mycket om FN-målen.

2, ”Återfinns” (32 bolag): Hos bolagen i denna grupp återfinns FN-målen, men utan tydliga exempel på hur bolagens verksamhet påverkar eller bidrar till målen. Dessa bolag har skrivit mindre om FN-målen.

3, ”Återfinns inte” (31 bolag): Denna grupp utgörs av bolag där FN-målen inte återfinns någonstans i bolagens hållbarhetsredovisning eller årsredovisning.

Ett bolag kan inte vara med i mer än en grupp. Efter denna inledande genomläsning framkom att bolagen skriver olika mycket om FN-målen, men det var ännu inte tydligt vad de skrev eller om det fanns några genomgående teman eller likheter i vad de skrev. Inom varje grupp återfanns likheter, men även skillnader. Det noterades att flera bolag skrev att de ville göra mer för FN-mål i framtiden, vilket gav oss en idé om hur studien skulle gå vidare. Det stod också klart att de hållbarhetsredovisningar där FN-målen nämndes i högre utsträckning skulle kräva fler och noggrannare genomläsningar än de där målen förekom i lägre utsträckning för att hitta dessa likheter. Redovisningarna för grupp 1 och 2 har lästs fyra gånger var av båda uppsatsförfattarna, och de för grupp 3 har lästs två gånger.

3.4.2 Den djupare läsningen

Då det inte fanns så många tidigare studier om FN-målen och hur de återfinns i börsbolagens redovisningar har den här studien försökt vara så öppen och känslig för materialet som möjligt. Detta då det inte från början stod klart vad eller hur mycket material studien skulle resultera i. Istället för att utgå ifrån enskilda saker som den inledande läsningen fångat upp, den gruppindelning som gjordes, eller en på förhand bestämd checklista, togs beslutet att försöka fånga upp så mycket som möjligt. Ambitionen har varit att försöka förstå och analysera helheten. Under studien har redovisningarna lästs flera gånger om, och anteckningar har gjorts under varje läsning. Denna metod har använts för att bättre kunna återspegla hela resultatet.

Vid den andra genomläsningen antecknades så mycket som möjligt kring vad bolagen skrev om FN-målen. Detta resulterade i nästan tjugo sidor anteckningar om vad bolagen skrev om FN-målen, där en del övergripande teman och likheter började ans. Exempel på anteckningarna finns i bilaga 7.8B. Alla tankar som rörde problemområdet antecknades. Det är viktigt inför den slutgiltiga analysen att dokumentera dessa tankar (Patel & Davidson, 1994). Även rent språkliga anteckningar gjordes. Bland annat noterades att FN-målen kallades sex olika namn på engelska och hela nio olika namn på svenska.

Det är ofta praktiskt att göra löpande analyser vid en kvalitativ undersökning (Patel & Davidson, 1994). Fördelen är att det kan ge idéer om hur studien ska gå vidare. I anteckningarna skrevs därför tankar kring vad som kunde vara intressant att ta upp i analysen ned. Både i förhållande till likheter mellan bolagen och till sådant som kunde kopplas till den teoretiska referensramen. I samband med att kapitlet Resultat och analys skrevs har redovisningarna lästs en fjärde gång, utifrån de texturklipp och de sidhänvisningar som noterades vid andra och tredje genomläsningen.

3.4.3 Studiens teman

Det är genom upprepade läsningar, både av redovisningarna och av de löpande anteckningar som görs, som mönster och teman i materialet börjar synas (Patel & Davidson, 1994). Under den tredje genomläsningen sorterades texturklipp om FN-målen ur redovisningarna, för att olika teman skulle framträda. Detta skapade en överblick, både av de olika teman som

framträdde, men också vad som ingick i varje tema. Den tredje läsningen resulterade i nedanstående lista, där antalet bolag som fördes in till varje tema återfinns inom parantes:

- FN:s bild för FN-målen återfinns (26)
- FN-målen nämns med ord som ”utvärdera/evaluate”, ”identifiera/identify”, ”väsentliga/essential” (21)
- FN-målen nämns i samband med bolagets produkter (21)
- FN-målen nämns tillsammans med ordet ”intressenter/stakeholders” (18)
- FN-målen nämns tillsammans med ord som ”integrera/integrate/incorporate” (16)
- FN-målen nämns i beskrivande exempel utifrån bolagets verksamhet (16)
- FN-målen återfinns i VD-ord (16)
- FN-målen beskrivs som ”kompass/compass”, ”karta/map/roadmap”, ”ramverk/framework” (13)
- FN-målen nämns i samband med att bolaget skriver att det vill göra mer i framtiden (11)
- FN-målen nämns med ordet ”bidra/contribute” (10)
- FN-målen nämns i samband med samarbeten (10)
- FN-målen nämns med frasen ”i linje med/align with” (9)
- FN-målen nämns kopplade till strategi (9)
- FN-målen beskrivs påverka bolagets kunder (6)
- FN-målen beskrivs som en affärsmöjlighet (5)
- FN-målen nämns tillsammans med ord som ”uppnå/achieve/reach” (5)

Det kan vara svårt att beskriva hur teman uppstått i en innehållsanalys. Därför är det viktigt att exakt återge vad de innehåller (Beattie et al, 2007). När den text som rör FN-målen lästs, har texten brutits ned i mindre enheter. Innehållsanalys kan på detta sätt avslöja det som framställs genom att notera textens speciella ord och idéer (Denscombe, 2016). De flesta teman består av meningsbärande enheter som upptäckts vid läsningarna, se bilaga 7.7. Tre av studiens teman grundas på följande: förekomsten av FN:s bild för målen, förekomsten av FN-målen i VD-ordet, samt om bolaget exemplifierar målen utifrån sin egen verksamhet.

En mening kan innehålla fler än en meningsbärande enhet (Beattie et al, 2007). Exempelvis innehåller meningen ”Vi välkomnar FN-målen” bara en meningsbärande enhet (välkomna), medan meningen ”Vi välkomnar FN-målen betoning på samarbeten” innehåller två (välkomna, samarbete). Många bolag har använt sig av ord som noterats som meningsbärande och potentiella teman, men har lämnats åt sidan då bolagen varit ensamma om att uttrycka sig på det sättet. Ett exempel är Bonava som skriver om FN-målen som ett möjligt framtida reglerat krav att redovisa utifrån. Fyra bolag skriver att FN-målen påverkar medarbetarna. Även om det är intressant, har studien fokuserat på att hitta större likheter och genomgående teman i det bolagen skriver om FN-målen. De teman som vid sammanställningen representerades av färre än fem bolag (motsvarande 10 procent av de 48 bolag där FN-målen återfinns) har inte förts in i ovanstående lista över teman.

För att ge en bättre läsoplevelse i uppsatsen kommer resultat och analys att presenteras i samma kapitel, där först en generell överblick av resultatet ges. Därefter diskuteras fråga ett som svarar på vilka av FN-målen som återfinns, och slutligen fråga två som besvaras med de teman som läsningen kom fram till.

3.5 Kvalitativa studier och trovärdighet

För att en kvalitativ studie ska kunna vara trovärdig måste studien kunna beskriva den data som samlats in. Bearbetningen av materialet måste vara systematisk och transparent (Beattie et al, 2007). Studiens förutsättningar, genomförande, och resultat måste beskrivas på ett sätt som gör att läsaren både förstår hur studien gått tillväga och hur studien kan landa i det

resultat den gör (Patel & Davidson, 1994; Denscombe 2016). Bilagorna (7.7, 7.8A-C) där exempel på anteckningar från läsningarna och hur teman uppstått bifogas för att visa detta. Det är också viktigt att komma ihåg att studien inte kan ta ställning till om bolagen gör det de skriver att de gör. Studien undersöker det bolagen skriver att de gör.

Forskarens egen förförståelse påverkar en kvalitativ studie (Patel & Davidson, 1994). Faktorer som bakgrund och utbildning påverkar författarnas förförståelse för problemet, och möjligheter att både söka information och tolka den. Forskarens identitet och värderingar kan inte helt elimineras vid kvalitativa data (Denscombe, 2016). Det har varit en tillgång att båda författarna smidigt kunnat växla mellan svenska och engelska när redovisningarna lästs igenom. Även möjligheten att strukturera upp studien och genomföra den kan bero på författarnas bakgrund. En av författarna har tidigare skrivit en kandidatuppsats. Det har varit en tillgång att båda författarna är intresserade av aktier och svenska börsbolag, eftersom det faktum att bolagens bakgrundsfakta i många fall redan var kända för författarna underlättat sökande efter information och bidragit till analysen. Den ena författaren till uppsatsen var mer insatt i ämnet hållbarhetsredovisning när studien påbörjades, men ingen av författarna kände till särskilt mycket om FN-målen i Agenda 2030.

4 Resultat och Analys

I denna del både presenteras och analyseras resultatet, vilket ger en analys nära empirin. Först presenteras ett övergripande resultat. Därefter diskuteras de FN-mål som nämns i bolagens redovisning; dels vilka mål som nämns och dels vad bolagen skriver om respektive mål. Slutligen diskuteras två av de teman som studien funnit i bolagens redovisningar.

4.1 Övergripande resultat

Av studiens 79 bolag nämner 48 (61%) FN-målen antingen i sina hållbarhetsredovisningar eller i sina årsredovisningar. Detta resultat stämmer överens med KPMGs rapport. Enligt den nämner 60 av de 100 största svenska bolagen FN-målen i sin hållbarhetsredovisning (KPMG, 2017). Det är 31 (39%) bolag inte nämner FN-målen.

Tabell 2, översiktligt resultat:

Antal bolag i studien	Antal bolag som nämner FN-målen	Antal bolag som inte nämner FN-målen
79	48	31
Varav fristående	Varav fristående	Varav fristående
25	21	4
Varav integrerade	Varav integrerade	Varav integrerade
54	27	27
Varav granskade	Varav granskade	Varav granskade
28	24	4
Varav ogranskade	Varav ogranskade	Varav ogranskade
51	24	27
Antal bolag som nämner FN-målen		48
Varav bolag som med exempel beskriver FN-målen utifrån sin verksamhet		16
Varav bolag som nämner specifika FN-mål		33
Studiens teman för analys		
FN-målen nämns med ord som "utvärdera/evaluate", "identifiera/identify", "väsentliga/essential"		21
FN-målen nämns i samband med bolagets produkter		21
FN-målen nämns kopplade till strategi		9
FN-målen beskrivs som en affärsmöjlighet		5

De 48 bolag som nämner FN-målen i sin redovisning finns listade i bilaga 7.2. De bolag som inte nämner FN-målen finns listade i bilaga 7.3.

Av de 48 bolagen som nämner FN-målen är det 33 bolag som nämner specifika mål, och 15 som bara nämner målen på ett generellt plan. 16 bolag återfinns i studiens grupp "beskriver". Dessa bolag beskriver FN-målen på ett sätt som är kopplat till deras verksamheter, med tydliga exempel på hur deras verksamhet, produkter eller hållbarhetsarbete påverkar eller bidrar till FN-målen.

Samtliga 17 FN-mål nämns individuellt av något av de 48 bolagen. Tre av FN-målen nämns av fler än 20 bolag vardera. Två av målen nämns av endast 6 bolag vardera. Det är 15 bolag som inte nämner specifika mål, utan hänvisar till FN-målen på ett mer generellt plan. De vanligaste målen presenteras och diskuteras i kapitel 4.2. Många bolag skriver att alla målen är relevanta, men har samtidigt valt ut specifika FN-mål att arbeta vidare med. Bolagens val av FN-målen presenteras och diskuteras i kapitel 4.3. Det har i den här studien noterats att bolagen gärna valt ut FN-mål efter vad som passar deras verksamhet. I kapitel 4.4 presenteras

och diskuteras vad bolag skriver om FN-målen kopplade till produkter, strategier eller affärsmöjlighet.

I den inledande delen av studiens teoretiska referensram diskuterades två trender gällande hållbarhetsredovisningar: att de oftare är en del av en integrerad årsredovisning och att hållbarhetsredovisningen allt oftare blir föremål för en extern granskning. Enligt Reimsbach et al (2017) höjer detta hållbarhetsredovisningens kredibilitet och transparens.

Det finns ingen tydlig koppling mellan förekomsten av FN-mål i redovisningen och om redovisningen är integrerad eller fristående. Bland bolagen som nämner FN-målen fördelas redovisningarna på 21 fristående och 27 integrerade. Om det, så som Reimsbach et al (2017) antyder, skulle finnas en kvalitetshöjning utifrån att hållbarhetsredovisningen är integrerad syns inte detta i den här studien. Det finns dock en tydlig koppling mellan de bolag som inte nämner FN-målen och har en integrerad redovisning. Bland bolagen som inte nämner FN-målen fördelas redovisningarna på 4 fristående och 27 integrerade.

Många av de 27 bolag som inte nämner FN-målen och har integrerad hållbarhetsredovisning har väldigt korta kapitel om hållbarhet. Redan i den inledande läsningen noterades att hållbarhetsredovisningen ser ut på många olika sätt, och framför allt är av väldigt varierande längd. Det noterades samtidigt att en lång rapport inte nödvändigtvis betyder att bolaget egentligen beskriver hur de arbetar med hållbarhet i verksamheten.

28 bolag har använt sig av extern granskning på sin hållbarhetsredovisning. Inte heller här finns någon koppling till om redovisningen är fristående eller integrerad. Hållbarhetsredovisningarna fördelar sig på ungefär hälften vardera. Av de 28 bolag som har använt sig av extern granskning nämner 24 FN-målen. Kopplingen mellan om FN-målen nämns och att bolaget använt extern granskning presenteras i kapitlet 5.2.

Av de 48 bolag som nämner FN-målen exemplifierar 16 bolag tydligt hur de genom sina verksamheter direkt påverkar målen eller bidrar till att målen kan uppnås. Många av dessa bolag nämner FN-målen på flera ställen i sina redovisningar. Bolag som skriver mer om FN-målen och lyckas exemplifiera dem utifrån sina verksamheter har i högre utsträckning använt sig av extern granskning. Detta stämmer överens med det Reimsbach et al (2017) och Wong et al (2016) skriver, att extern granskning kan verka som en kvalitetshöjare. Av de 16 bolag som exemplifierar FN-målen på detta sätt har 11 använt sig av extern granskning. Detta samband väcker många frågor, vilka studien inte kan svara på. Varför höjs kvaliteten på hållbarhetsredovisningen när den granskas externt? Detta är ett av våra bidrag till framtida forskning, vilket presenteras i 5.2.

32 bolag nämner FN-målen utan att exemplifiera FN-målen utifrån sina verksamheter. 17 av dessa bolag nämner specifika FN-mål. Dessa 17 bolag skriver främst om sådant de redan gör. Många gånger är det otydligt hur eller om hållbarhetsarbetet verkligen bidrar specifikt till FN-målen. 15 bolag nämner FN-målen på ett generellt sätt, några gånger endast i VD-ordet i inledningen. Av de 15 bolag som nämner FN-målen utan att ange specifika mål är det 9 som inte använt sig av extern granskning.

Studen visar att det som bolagen skriver om FN-målen går att delas in i ett antal olika teman. Studiens teman har presenterats i metoddelen, och återges nedan:

FN:s bild för FN-målen återfinns (26)
 FN-målen nämns med ord som ”utvärdera/evaluate”, ”identifiera/identify”, ”väsentliga/essential” (21)
 FN-målen nämns i samband med bolagets produkter (21)
 FN-målen nämns tillsammans med ordet ”intressenter/stakeholders” (18)
 FN-målen nämns tillsammans med ord som ”integrera/integrate/incorporate” (16)
 FN-målen nämns i beskrivande exempel utifrån bolagets verksamhet (16)
 FN-målen återfinns i VD-ord (16)
 FN-målen beskrivs som ”kompass/compass”, ”karta/map/roadmap”, ”ramverk/framework” (13)
 FN-målen nämns i samband med att bolaget skriver att det vill göra mer i framtiden (11)
 FN-målen nämns med ordet ”bidra/contribute” (10)
 FN-målen nämns i samband med samarbeten (10)
 FN-målen nämns med frasen ”i linje med/align with” (9)
 FN-målen nämns kopplade till strategi (9)
 FN-målen beskrivs påverka bolagets kunder (6)
 FN-målen beskrivs som en affärsmöjlighet (5)
 FN-målen nämns tillsammans med ord som ”uppnå/achieve/reach” (5)

Det allra vanligaste temat handlar om användandet av de bildsymboler FN gett målen. Detta tema presenteras lite närmare i 5.2 Framtida forskning. Även om alla teman som studien funnit är intressanta, presenteras och analyseras i följande delar bara två teman: först vad bolagen skrivit om olika urvalsprocesser i samband med FN-målen och därefter vad bolagen skriver om FN-målen kopplat till sina produkter, sina strategier eller som affärsmöjligheter. Dessa två teman är bland studiens största. 21 bolag skriver om olika urvalsprocesser i samband med FN-målen. 26 bolag kopplar FN-målen till sin verksamhet genom att nämna FN-målen kopplade till sina produkter (21 bolag), sin strategi (9), eller ser målen som en affärsmöjlighet (5 bolag). Men först till studiens första frågeställning som handlar om vilka av FN-målen som bolagen skriver om.

4.2 Vilka FN-målen skriver bolagen om?

Vilka FN-mål som nämns i respektive bolags redovisning finns i tabellform i bilaga 7.2. För att se uppdelningen efter bransch, se bilaga 7.4. Nedan återges en sammanställning av hur många bolag som nämner respektive mål.

Tabell 3, Antalet av studiens bolag som anger respektive FN:mål:

FN:mål nr	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	Ej specifika mål
Antal bolag som anger målet	6	7	17	12	15	16	15	24	18	6	13	24	27	9	11	19	10	15

Ur tabellen går att utläsa att samtliga FN-mål nämns av något bolag, en del mål av många fler bolag än andra. De FN-mål som flest bolag nämner är mål 8: Anständiga arbetsvillkor & ekonomisk tillväxt (24 bolag), mål 12: Hållbar konsumtion & produktion (24 bolag), och 13: Bekämpa klimatförändringarna (27 bolag).

Vad kan det finnas för anledningar till att dessa mål är de som nämns av flest bolag? Det mål som nämns av flest bolag, mål 13: Bekämpa klimatförändringarna, berör ett område som sedan länge redan stått i fokus i svenska bolags redovisningar. Klimathot, miljöpåverkan och utsläpp stod i fokus i KPMG-rapporten år 2015, på samma sätt som FN-målen står i fokus i rapporten från 2017 (KPMG, 2015; 2017). Den här studien visar att bolagen fortsatt är intresserade av att redovisa sitt arbete på området, och att bolagen lätt har kunnat koppla sitt arbete även till FN-målet. Också mål 8: Anständiga arbetsvillkor & ekonomisk tillväxt är något som många bolag redan engagerat sig i.

De områden som mål 8: Anständiga arbetsvillkor & ekonomisk tillväxt och mål 13: Bekämpa klimatförändringarna berör är dessutom något som många av bolagen engagerat sig i utifrån att de arbetar enligt principerna i FN:s Global Compact, som bland annat betonar vikten av miljö- och arbetsrättsliga frågor (unglobalcompact.org, u.å). Det är alltså inte förvånande att mål 8 och 13 är vanligt förekommande i populationen. Studien visar också att mål 12: Hållbar konsumtion & produktion är väsentligt för många bolag, särskilt bolag med stor produktion riktad till konsumenter. Intressenternas ökade intresse för hållbarhet som Moroney et al (2016) och Gillet-Monjarret (2015) beskriver syns tydligt. Många av dessa bolag skriver att en av deras viktigaste intressentgrupper är deras kunder. Den här studien visar att många av de bolag som redovisar hur både konsumtion och produktion blir mer hållbar svarar på sina kunders förväntningar om hållbara produkter, samtidigt som bolagen legitimerar sin verksamhet för omvärlden i stort. I kapitel 4.4 analyseras hur bolagen kopplar FN-målen till sina produkter.

Bland de 16 bolag som i studien hamnar i gruppen "Beskriver" och som utifrån sina verksamheter exemplifierar hur de påverkar eller bidrar till FN-målen är det hela 14 bolag som nämner mål 13: Bekämpa klimatförändringarna. Det finns en nivåskillnad i kvalitet i om bolagen bara nämner målen eller om de lyckas exemplifiera målen utifrån sin verksamhet. Denna skillnad kan leda till ökad trovärdighet för de bolag som lyckas uttrycka sig väl, på det sätt som Odriozola et al (2017) beskriver. Samma skillnad i nivå på kvalitet på hållbarhetsredovisningarna skulle kunna vara en del av den profilering och positionering gentemot konkurrenter som Gillet-Monjarret (2015) pekar på. Herremans et al (2015) pekar också på att bolag kan använda olika tilltal i sin redovisning, utifrån vilka de identifierat som sina intressenter. Detta är inget som noterats vid genomläsningarna av materialet.

Ericsson särskiljer sig från övriga bolag. Bolaget är det enda som nämner alla målen var för sig. De motiverar detta med att ICT (Information and Communication Technology) har möjlighet att påverka samtliga FN-mål. Ericsson beskriver målen med exempel utifrån sin verksamhet. Ericsson skriver att företag har en nyckelroll i att FN-målen uppnås, samt att de uppmuntrar andra bolag och tar ledarskap i frågan (Ericsson, 2017). Bolaget sticker också ut som det enda som beskriver FN-målen som både en förutsättning och en målsättning, där målen är en integrerad måttstock som verksamhetens aktiviteter mäts utifrån (Ericsson, 2017). Ericsson går emot det som Porter et al (2006) skriver, att bolag bör välja mål nära verksamheten. Enligt Porters teorier bör bolag välja de mål där de har störst möjlighet att påverka och lämna andra mål till myndigheter och andra bolag (Porter et al, 2006; 2011).

Ytterligare ett bolag nämner alla FN-mål. Det är H&M, som visserligen listar alla mål, men som inte nämner dem var för sig. H&M diskuterar de FN-mål som bolaget anser sig kunna påverka och listar resterande FN-mål som mål de bara indirekt kan påverka (H&M, 2017).

Av de 48 bolag som nämner målen är det 33 bolag som nämner enskilda FN-mål, och 15 bolag som bara nämner FN-målen som helhet på ett generellt plan. Studien visar att större bolag med tydlig närvaro i form av butiker, fabriker och försäljning i många länder, nämner FN-målen i högre utsträckning än lokala bolag med framför allt immateriella tillgångar. Många bolag skriver att det är deras intressenter som påtalat att det finns ett behov av att redovisa arbetet kring FN-målen. Stora globala bolag har fler intressenter att förhålla sig till, och fler sociala kontrakt i de samhällen de verkar i. Studien av Ayuso et al (2016) visar att de undersökta bolagen redovisade hållbarhetsfrågor enligt FN:s Global Compact eftersom bolagen då kunde adressera olika intressenter med bara ett ramverk. Detta gällde framför allt

stora internationella bolag. Den här studien visar att det ofta är stora internationella bolag som nämner specifika FN-mål, och kopplar dem till sin hållbarhetsredovisning. Den här studien visar också att även de bolag som inte nämner specifika FN-mål, utan bara nämner målen på ett generellt plan, ofta är just större internationella bolag. I bilaga 7.2 ser det också ut som att det är bolag med högre omsättning som nämner målen mest.

Intressant i ett svenskt perspektiv är mål 5: Jämställdhet, som handlar om jämställdhet mellan könen samt kvinnors och flickors rättigheter. Målet nämns av 14 bolag. Detta gör målet till det nionde vanligaste. Sett i ett svenskt perspektiv, borde målet kanske nämnas av fler bolag. Under studien noterades att många bolag diskuterar både jämställdhet och mångfald, men att de missar att koppla det till FN-målen.

Två bolag sticker ut genom att endast nämna ett specifikt FN-mål vardera. Det ena bolaget är MTG. Bolaget skriver att det redan anslutit sig till mål 5: Jämställdhet. Bolaget skriver också att det påbörjat arbetet med att länka sitt hållbarhetsarbete till FN-målen (MTG, 2017). Varför bolaget har valt målet framgår inte, men det sänder en signal till bolagets intressenter att området är något bolaget kommer att arbeta mer med i framtiden. Det andra bolaget som bara nämner ett enda mål är Autoliv som nämner mål 3: God hälsa & välbefinnande. Målet handlar om att säkerställa hälsosamma liv och ett av delmålen är att till år 2020 halvera antalet dödsfall och skador i trafikolyckor. Autoliv skriver att hela deras filosofi direkt stödjer målet (Autoliv, 2017). Det är inte konstigt. Autoliv kan lätt koppla sitt arbete med att utveckla trafiksäkerhet genom olika produkter till FN-målet. Detta beskriver den möjlighet som finns i FN-målen, och som FN också uppmuntrar bolagen att använda sig av (GRI et al, 2015).

Två av FN-målen nämns av endast 6 bolag vardera. Det är mål 1: Ingen fattigdom, och mål 10: Minskad ojämlikhet. Mål 1 handlar om att avskaffa fattigdomen i alla dess former överallt och mål 10 handlar om att minska ojämlikheten inom och mellan länder. Det kan tänkas att målen upplevs som svåra för bolagen att påverka, det ligger närmare till hands för myndigheter att arbeta med dessa mål. Det stämmer också väl överens med det Porter et al (2006; 2011) skriver, att hållbarhetsarbete som inte står nära bolagets verksamhet bör lämnas till myndigheter eller andra företag. Det är också tänkbart att bolagens intressenter främst uppmärksammar hållbarhetsområden som ligger närmare bolagens verksamheter på det sätt som Herremans et al (2016) beskriver. Den här studien visar att de två FN-målen inte väckt något större intresse hos bolagen. För att se vilka bolag som nämner målen, se bilaga 7.2.

Ett av de bolag som nämner FN-mål 1 är Axfood, som skriver att de ska verka för att i möjligaste mål utrota fattigdom inom sina leverantörsled för egna varor, så att ingen som arbetar inom tillverkning eller odling tjänar under FN:s fattigdomsgräns. Exempel för hur det ska gå till saknas, men en strategi ska arbetas fram under år 2016 (Axfood, 2017). FN-mål 10 nämns bland annat av NCC och Castellum, men utan exempel på hur bolagen påverkar eller bidrar till målet. Nordea exemplifierar målet genom att skriva att finansiell inkludering kan uppnås genom digitalisering, och att finansiell inkludering är en grundläggande utgångspunkt för att alla ska kunna få lika möjligheter och lika välstånd, vilket är något som bidrar till FN-målet (Nordea, 2017).

4.3 Bolagens urval av FN-målen

FN-målen ses av många bolag som en viktig del av den globala ansträngningen att ta itu med hållbarhetsutmaningarna. Många bolag skriver att företag spelar en särskild roll i den ansträngningen. De allra flesta bolag tar sig däremot inte an samtliga mål. Istället har de valt ut de mål de anser vara mest relevanta.

Av de 48 bolag där FN-målen nämns har 21 bolag på olika sätt analyserat och utvärderat vilka mål som är relevanta för dem. Bolagen har gått igenom en urvalsprocess, för att komma fram till vilka av målen de ska arbeta med. Många av bolagen skriver att de har gjort en väsentlighetsanalys av FN-målen. Det är också många bolag som skriver att de valt ut de mål som de har störst möjlighet att påverka, däribland BillerudKorsnäs, NIBE och Volvo (BillerudKorsnäs, 2017; NIBE, 2017; Volvo 2017).

Bolagen har framför allt valt ut mål som lätt kan kopplas till verksamheten. Detta stämmer överens med de teorier Porter et al (2006; 2011) presenterar. Den här studien visar också att många bolag skriver att de använt sig av olika intressentpaneler. Denna direkta dialog med intressenter beskrivs bland annat av Herremans et al (2016). Bolagen skriver att de lyssnar på sina olika intressenter då de ska välja vilka FN-mål de ska arbeta med. Utvärderingarna av FN-målen kan hänga ihop med den väsentlighetsanalys som bolag genomför utifrån ramverket GRI. Liksom Arvidsson (2017) skriver är det i många fall oklart vilka av intressenterna som haft mest att säga till om. Under studien har det noterats att många bolag är duktiga på att ange varför vissa hållbarhetsområden är viktigare för dem än andra, men också att många bolag inte skriver så tydligt om hur bolagens hållbarhetsarbete går att kvantifiera eller verifiera. Detsamma gäller FN-målen. Många bolag motiverar sina val väl, men lyckas inte beskriva hur de faktiskt påverkar målen. Kanske speglar detta den otydlighet som finns kring hur bolagen ska rapportera FN-målen, bolagen skriver hellre om hur de väljer FN-målen än om målen i sig, eftersom det känns lättare då fokuset hamnar på urvalsprocessen och inte på själva FN-målen. Det kan också spegla det faktum att införandet av FN-målen i bolagens verksamheter är något som tar tid och där urvalsprocessen är en naturlig del i det hela.

4.3.1 Urval av relevanta FN-mål

Urvalsprocessen beskrivs oftast med orden mest relevanta FN-mål (8 bolag).

Ett exempel är Axfood som skriver att flera av FN:s utvecklingsmål är relevanta för bolaget men att det är målen som avser Hållbar konsumtion & produktion samt Bekämpa klimatförändringen som är de två viktigaste (Axfood, 2017). Dessa två mål är relativt lätta att knyta till bolagets verksamhet. Bolaget har underleverantörer i många länder och mycket av det som säljs i bolagets butiker fraktas till Sverige från andra kontinenter innan bolagets kunder kan köpa varorna. Bolaget skriver på många ställen i sin hållbarhetsredovisning att både kunder och icke-kunder efterfrågar hållbara produkter. Detta överensstämmer med många studier, bland annat skriver Herremans et al (2016) och Moroney et al (2016) att olika intressenter blivit allt mer intresserade av hållbarhet. Szekely et al (2013) pekar på att kundernas efterfrågan på hållbara produkter och deras konsumentbeteende inte alltid överensstämmer. Detta syns inte i Axfoods redovisning; bolaget skriver att de arbetar med att göra alla varor som ingår i bolagets egna varumärken så hållbara som möjligt. Samtidigt skrivs väldigt lite om andras varumärken, som bolaget också säljer i sina butiker. Bolaget utmärker sig något genom att lista icke-kunder som en av sina intressentgrupper.

Ett annat exempel är Electrolux som skriver att det är deras intressenter som hjälper dem att definiera och uppfylla sina hållbarhetslöften (Electrolux, 2017). Detta stämmer överens med den sorts väsentlighetsanalys som Arvidsson (2017) beskriver, och bolaget legitimerar sig genom att lyssna på sina intressenter. Det direkta tilltalet och samarbetet med intressenterna överensstämmer med studien av Herremans et al (2016). Samtidigt framgår det i den här

studien att även om Electrolux listar sina intressenters prioriteringar, tillsammans med bolagets svar på dessa prioriteringar, så är det inte bland dessa prioriteringar bolaget nämner FN-målen.

Istället lyfter Electrolux fram tre av FN-målen som särskilt relevanta i sin hållbarhetsagenda, utan att redogöra för hur urvalet gått till. Det är mål 8: Anständiga arbetsvillkor & ekonomisk tillväxt, mål 12: Hållbar konsumtion & produktion samt mål 13: Bekämpa klimatförändringen. Detta är de mål som de allra flesta bolag nämner. Electrolux skriver att dessa tre mål går i linje med vad de vill uppnå med sin egen hållbarhetsagenda (Electrolux, 2017). Här blir det tydligt att det är som KPMG (2017) skriver. Många bolag skriver att de redan bidrar till FN-målen, och väljer att redovisa de FN-mål som ligger nära det bolaget redan gör. Två andra exempel är AAK och SAAB.

Elekta skriver att det från intressentgruppen politiker och icke-statliga organisationer finns förväntningar om att bolaget aktivt ska bidra till FN:s mål för hållbar utveckling (Elekta, 2017). Bolaget skriver att det har analyserat målen och att flera är relevanta. Elektas analys av målen visade att det har särskilt stor potential att bidra positivt till fem av målen. Av dessa fem mål anser bolaget att det har störst potential att bidra till mål 3: God hälsa & välbefinnande (Elekta, 2017). Det framgår inte hur analysen eller urvalet gått till, men att bolaget valt detta mål är logiskt då Elekta är ett medicinteknikföretag. Elekta legitimerar sin existens genom att koppla det mål som passar verksamheten bäst till sig. Detta stämmer överens med vad Porter et al (2006; 2011) skriver. Bolaget adresserar den otydlighet som finns då det skriver att det ska arbeta mer med att tydliggöra hur Elektas egna fokusområden bidrar till FN-målen.

De andra bolag som skriver att de valt ut de mest relevanta FN-målen är BillerudKorsnäs, Lundin Mining, NIBE, SCA och Volvo. Många av bolagen gör ett urval som matchar de hållbarhetsområden de redan arbetar med, på det sätt som KPMG (2017) beskriver. Detta kan bero på att FN-målen grundar sig i samma omvärldskrav som mycket annat av det som rör hållbarhetsredovisning. Målen har blivit tätt knutna till Global Compact, vilket många av bolagen arbetar med. Många av målen berör också områden som bolagen arbetat med länge enligt de olika hållbarhetsideal som uppstått i samhället sedan lång tid tillbaka (Gillet-Monjarret, 2015).

4.3.2 Urval som identifierar och fokuserar på utvalda FN:mål

Tre av bolagen uttrycker att de identifierat olika FN-mål. Fingerprint och SOBI skriver att de identifierat FN-mål där de redan bidrar och påverkar på ett tydligt sätt (Fingerprint 2017; SOBI, 2017). Även här blir det tydligt att bolagen skriver om det hållbarhetsarbete de redan gör, och kopplar till de FN-mål som passar bäst. Precis som KPMG (2017) skriver, är det otydligt vad bolagen faktiskt gör för FN-målen.

Det tredje bolag som använder ordet identifiera är Nordea. Bolaget börjar med att presentera FN-målen. Därefter skriver bolaget att det, utifrån input från sina intressenter och omvärldens hållbarhetsbehov, har identifierat några nyckelområden där det kan göra skillnad. Nordea diskuterar tre områden inom vilka fem av FN-målen nämns (Nordea, 2017).

De flesta bolag diskuterar områden utifrån FN-målen, Nordea gör tvärtom. Områdena i sig kan då verka viktigare än själva FN-målen, men eftersom Nordea nämner målen i löpande text på flera ställen blir läsoplevelsen istället att det känns naturligt. Bolaget lyckas också exemplifiera målen utifrån sin verksamhet. Vid läsningarna märks en tydlig skillnad mellan

Nordeas exemplifierande sätt att skriva om målen och de bolag som skriver om sånt de redan gör utan tydliga exempel på hur det påverkar FN-målen.

De tre storbanker som nämner FN-målen lyckas samtliga exemplifiera FN-målen utifrån sina verksamheter. Förutom ovannämnda Nordea rör det sig om Handelsbanken och SEB. Dessa tre storbanker tillhör de bolag som skriver mest om FN-målen. Under studien har det noterats att de, eftersom de har verksamheter som liknar varandras, också skrivteder likartat om FN-målen. Detta kan bero på bransch men måste troligen även kopplas ihop med bankernas storlek. Den fjärde storbanken, Swedbank, som har en omfattande hållbarhetsredovisning, nämner däremot inte FN-målen. Samtliga storbanker verkar ha utvecklat den nivå av kvalitet i sin hållbarhetsredovisning, som Odriozola et al (2017) menar kan öka ett bolags trovärdighet. Det är tänkbart att många av bankernas intressenter är desamma, och att den frivilliga information som återfinns i redovisningen möter intressenternas krav enligt Herremans et al (2016). Den här studien pekar på att de tre storbankerna Nordea, Handelsbanken och SEB uttrycker sig på liknande sätt kring FN-målen, även om de inte väljer samma FN-mål. För att se vilka mål de valt se bilaga 7.4, där bolagen finns uppdelade efter bransch.

Handelsbanken är ett av de tre bolag som skriver att de ska fokusera på utvalda FN-mål. Alla tre bolag som använder ordet fokusera lyckas exemplifiera FN-målen utifrån sina verksamheter. Handelsbanken skriver att deras hållbarhetsråd har analyserat de 17 FN-målen och de 169 delmålen (Handelsbanken, 2017). Detta för att kunna bestämma vilka mål banken ska fokusera på, och hur målen kan integreras i redan existerande väsentliga frågor. Som hos många andra bolag väljs de mål som kan integreras i redan existerande hållbarhetsarbete.

Även SAAB och Volvo arbetar med FN-målen utifrån redan existerande fokusområden, och båda bolagen uttrycker att de fokuserar på utvalda FN-mål (SAAB, 2017; Volvo, 2017).

4.3.3 Bolag som väljer andra ord för sitt urval

Åtta bolag har använt sig av andra begrepp för hur de valt ut specifika FN-mål. Exempelvis används ord som utvärdera (AAK, 2017) eller komplettera (NCC, 2017) när bolagen beskriver sitt urval. Även dessa bolag skriver främst om de mål som ligger nära områden bolagen redan bidrar till. I många fall är det oklart hur urvalet gått till. Studien visar att bolagen valt FN-mål som ligger nära de hållbarhetsområden bolagen redan arbetar med, vilket överensstämmer med KPMGs rapport. KPMG går inte in på hur eller varför bolagen väljer olika FN-mål (2017). Den här studien visar att bolagen skriver att de ofta lyssnar på sina intressenter, men också att många bolag väljer ut en rad FN-mål utan att motivera varför.

ABB skriver att det genom att jämföra bolagets egna målsättningar med FN-målen kunde skapa en lista av prioriterade FN-mål (ABB, 2017). ABB skriver också att deras intressentpanel anser att alla FN-målen är relevanta, och att bolaget måste möta de FN-mål som är utmaningar, inte bara de mål som bolaget kan bidra positivt till. Att intressenterna anser att alla FN-mål är lika viktiga, omnämns även av andra bolag. Under studien har det noterats att dessa bolag ändå väljer FN-mål som passar deras egna målsättningar.

H&M skriver att det utifrån bolagets affärsverksamhet finns sju nyckelmål bland FN-målen (H&M, 2017). Dessa mål presenteras med exempel på hur bolagets verksamhet påverkar hur målen kan uppnås. Målen återkommer på flera ställen i hållbarhetsredovisningen. Hur eller varför bolaget kommer fram till just dessa sju mål framgår inte. De FN-mål som nämns flest gånger av bolaget är mål 12: Hållbar konsumtion & Produktion och mål 8: Anständiga

arbetsvillkor & ekonomisk tillväxt. Cahan et al (2015) och Gillet-Monjarret (2015) menar att bolag som tidigare granskats i media hållbarhetsrapporterar det som media granskat i större utsträckning. Den här studien visar att de två FN-mål H&M skriver mest om berör områden där H&M blivit granskade i media, vilket också nämndes i referensramen: barnarbete och miljöpåverkan vid produktion.

H&M är ett av de två bolag som nämner alla FN-mål. Bolaget skriver att det även har en indirekt påverkan på och inflytande i frågan, och genom att främja arbetet med målen har det möjlighet att påverka alla FN-målen, även om det inte sker genom direkta samarbeten (H&M, 2017). Detta kan vara den profilering bolaget har gentemot sina konkurrenter, som beskrivs av Gillet-Monjarret (2015). Bolagets konkurrenter kommer se att H&M anslutit sig till målen och kan därigenom komma att vilja ansluta sig för att möta intressenternas krav. Det sätt som Ayuso et al (2016) beskriver att Global Compact blivit ett enkelt sätt att tilltala många olika intressenter, kan antas stämma även för FN-målen.

Andra bolag som presenterar ett urval av FN-målen är Alfa Laval, Assa Abloy, Holmen, och Trelleborg.

4.4 FN-målen kopplade till produkt, strategi och affärsmöjlighet

Denna del består av tre teman, som samtliga på något sätt berör bolagens verksamheter. Bolagen kopplar FN-målen till sina produkter (21 bolag), till sin strategi (9 bolag) eller ser FN-målen som en affärsmöjlighet (5 bolag). Hur mycket bolagen skriver om FN-målen varierar kraftigt. Exempelvis skriver Ericsson och H&M flera sidor med tydliga kopplingar till alla eller flera av målen och Autoliv bara några rader.

Gemensamt för bolagen är att de på detta sätt kopplar FN-målen till sin verksamhet. På detta sätt bidrar bolagen till FN-målen genom sin verksamhet, vilket legitimerar bolagen för deras intressenter. Porter et al (2006) skriver om vikten att integrera hållbarhetsmål i sin strategi. Detta beskrivs även i Szekely et al (2013). Den här studien visar att dessa bolag gör just detta. Bolagen bidrar på detta sätt både till att uppnå FN-målen och att skapa konkurrensfördelar och värde för sina bolag och deras aktieägare, kunder, långivare och anställda på de sätt som Porter et al (2006; 2011) beskriver. Den här studien visar också att många av bolagen skriver att det är deras intressenter som är intresserade av hur bolagen kan koppla sin verksamhet till de olika FN-målen. De bolag som inte knyter målen till sin verksamhet och inte ser hållbarhetsmålen som en affärsmöjlighet eller del av sin strategi riskerar att bli omsprungna av konkurrenter eller att bli utsatta för regleringar på det sätt som bland andra Szekely et al (2013) pekar på. Bolagen kan ändå bidra till olika hållbarhetsmål men om de inte integrerar dem i verksamheten ökar risken att bolagets konkurrensfördelar minskar. De bolag som kopplar FN-målen till sin verksamhet kan tänkas fokusera mer på det "shared value" som Porter et al (2006) nämner, där både bolag och samhälle gynnas.

4.4.1 Bolag som hjälper sin omvärld nå FN-målen med sina produkter

21 bolag skriver att de hjälper sin omvärld nå FN-målen med sina produkter. Det är bolag vars produkter, enligt bolagens redovisning, direkt bidrar till FN-målen. Ett exempel är Autolivs bilbälten (Autoliv, 2017). Det kan också vara att bolagen i sin redovisning beskriver sina produkter som mer hållbara än konkurrenternas och därmed anser bolagen att de bidrar till FN-målen. Till exempel AAK som skriver att deras vegetabiliska oljors långa hållbarhet ger lägre matsvinn (AAK, 2017). Även Axfood kopplar sina produkter till FN-målen (Axfood, 2017). Att utveckla hållbara och innovativa produkter anger Szekely et al (2013)

som ett sätt för bolag att ta sig an hållbarhet. Den här studien visar att även om bolagen skriver att deras produkter kan hjälpa kunderna att nå FN-målen är det få bolag som skriver att deras produkter är framtagna på ett mer hållbart vis.

Ericsson, Telia, Tele2 och Tieto skriver i sina redovisningar att de hjälper kunder och omvärld att uppnå målen med digitalisering, IoT (Internet of Things) och ICT (Information and Communication Technology). Ericsson sticker ut som det enda bolag i den här studien som nämner samtliga FN-mål. De motiverar det med att ICT kan bidra till samtliga 17 FN-mål (Ericsson, 2017). Tele2 skriver om sin produkt IoT Product Cloud i samband med FN-målen (Tele2, 2017). Telekombolagen är exempel på att bolag som verkar inom liknande områden visar likheter i sin redovisning, på det sätt som bland andra Herremans et al (2016), Cahan et al (2015) och Gillet-Monjarret (2015) skriver. Det finns likheter mellan bolagen i vad de skriver om FN-målen. Det som skiljer sig åt är hur mycket bolagen skriver där Ericsson och Telia skriver mest. Den skillnaden kan eventuellt förklaras av att de är större bolag med större geografisk spridning.

Även andra bolag nämner digitaliseringen som en viktig faktor för att nå FN-målen. Ett exempel är ABB som skriver att de är marknadsledande inom industriella robotar och automation (ABB, 2017). Ett annat exempel är Nordea, som skriver att digitaliseringen bidrar till allas lika välbefinnande (Nordea, 2017). Detta visar att bolag med hjälp av digitalisering kan bidra till FN-målen, oavsett bransch.

Industribolagen verkar enligt studien vara mer benägna att visa att deras produkter kan hjälpa kunder med hållbarhet. Bolagen väljer gärna mål som deras verksamhet hjälper till att lösa. Exempelvis nämner Autoliv endast mål 3: God hälsa & välbefinnande (Autoliv, 2017). Då Autoliv säljer säkerhetslösningar för bilar blir det ett tydligt sätt att bidra till FN-målet. Ett av delmålen som ligger under mål 3 är delmål 3.6 som har målsättningen att till år 2020 halvera antalet dödsfall och skador i trafikolyckor i världen (FN, 2015a). Andra bolag som väljer mål efter sin verksamhet är ABB, Alfa Laval och Volvo. Detta kan hänga ihop med att många industribolag länge arbetat med hållbarhet, och att de positionerar sig mot varandra i sitt hållbarhetsarbete, enligt det som Cahan et al (2015) och Gillet-Monjarret (2015) skriver. Det kan också vara så att industribolagen som bransch svarar på sina intressenters krav på ett likartat sätt, där produkter får stort utrymme. Eftersom den här studien bara granskar ett år finns ingen jämförelse med hur det var tidigare, men det kan antas troligt att bolagen även tidigare är redovisat med stort fokus på sina produkter.

Volvo skriver att bolagets innovation, teknik och logistik är grunden för dess bidrag till FN-målen (Volvo, 2017) och beskriver på vilket sätt det bidrar till FN-målen med sina produkter. Bolaget skriver till exempel hur deras hybridbussar bidrar till mål 11: Hållbara samhällen (Volvo, 2017). Alfa Laval skriver om mål 14: Hav & marina resurser att deras barlastbehandlingssystem ska förhindra hur organismer flyttas från sin naturliga miljö och stör ekosystemet i haven (Alfa Laval, 2017). Flera bolag skriver om FN-mål 3: God hälsa & välbefinnande. Två exempel är Trelleborg som skriver att deras produkter ofta är komponenter i medicinsk utrustning (Trelleborg, 2017) och SCA som nämner målet i samband med sina hygienprodukter (SCA, 2017).

AstraZeneca, Electrolux, Fingerprint, NIBE och Sandvik är andra bolag som skriver om hur de med sina produkter hjälper sina kunder nå FN-målen, eller hur produkterna bidrar till att nå FN-målen. Assa Abloy, NCC, SAAB och SEB skriver om FN-målen i samband med sina produkter, men bolagen preciserar inte hur deras produkter bidrar till målen.

Bolag vars nisch är att sälja mer miljövänliga produkter än det genomsnittliga bolaget kan hävda att deras produkter bidrar till vissa av FN-målen. Det gör bland annat ABB som skriver att bolaget säljer produkter som är mer energieffektiva än genomsnittskonkurrentens (ABB, 2017). Även AAK skriver om detta (AAK, 2017). Att kunna leverera mer hållbara produkter kan klassas som en konkurrensfördel och under studien har det noterats att detta är av intresse för många bolag.

Enligt Arvidsson (2017) är det ett problem inom hållbarhetsredovisning att det är svårt för bolagens intressenter att värdera, spåra och jämföra bolagens prestationer. Den här studien visar att bolagens noggrannhet när de beskriver sina produkters bidrag till FN-målen varierar. Det är svårt att värdera i hur stor utsträckning ett bolags produkter bidrar till FN-målen. Att producera varor eller tjänster som bidrar till FN-målen är i linje med vad Porter et al (2006; 2011) skriver, att bolag ska fokusera på det hållbarhetsarbete de är mest lämpade för.

4.4.2 Bolag som beskriver FN-målen som en del av sin strategi

Det är nio bolag som beskriver målen som en del av sin strategi.

H&M skriver att FN:s hållbarhetsmål utgör ett bra ramverk för att utveckla dess strategi. (H&M, 2017). Hexpol skriver att deras mål är sammanlänkade med FN:s hållbarhetsmål (Hexpol, 2017). Castellum skriver att FN-målen kommer att implementeras i strategi och policy under 2017. Bolaget skriver att det vill vara i framkant och dra så många strån till stacken som möjligt, på väg mot FN:s globala hållbarhetsmål 2030 (Castellum, 2017).

Exemplen på vad bolagen skriver om FN-mål och strategi är många. ABB:s VD skriver att bolagets operativa verksamhet och strategiska mål också stödjer ett antal FN-mål (ABB, 2017). Lundin Petroleum skriver att målen ska återfinnas i hela värdekedjan och att bolaget integrerat FN-målen i sin operativa verksamhet (Lundin Petroleum, 2017). Holmen skriver att deras affärsmodell redan bidrar till FN-målen. Bolaget utvecklar dock inte detta mer än att skriva att det har en resurssnål affärsmodell (Holmen, 2017). Ericsson skriver att FN-målen är en måttstock som strategin mäts med (Ericsson, 2017). AstraZeneca skriver att det som läkemedelsbolag har en viktig roll i att bidra till FN-målen och bolaget listar några exempel på vad det gör för att uppnå målen. När det rör sig framåt i sin strategi tänker det fördjupa sitt åtagande för FN-målen (AstraZeneca, 2017). Boliden utvecklar en ny hållbarhetsstrategi där FN-målen ska ingå (Boliden, 2017). NCC skriver att FN-målen hjälper för att se till att bolagets affärsstrategier skapar värde för bolaget och samhället bolaget verkar i (NCC, 2017).

Bolag som kopplar FN-målen till strategi tycks i den här studien tydligare vilja profilera sig som hållbara. Till exempel har som redan nämnts H&M ofta granskats i media angående arbetsförhållanden i fabriker, och Lundin Petroleum angående mänskliga rättigheter i Sudan. Enligt legitimitetsteori kan det vara av extra stort intresse för dessa bolag att tydligt profilera sig med bra hållbarhetsredovisning. Det stämmer överens med studien av Cahan et al (2015) som visar att bolag som granskas hårdare i media också kommer försöka legitimera sig tydligare i sin hållbarhetsredovisning. Hållbarhetsmål kopplade till strategi bör ge extra tyngd åt hållbarhetsarbetet. Genom att tydligare arbeta för FN-målen skapar de legitimitet, samt sätter press på konkurrenter att göra samma sak. Enligt Gillet-Monjarret (2015) påverkar även bolagens profilering och positionering gentemot sina konkurrenter hållbarhetsredovisningen.

4.4.3 Bolag som beskriver målen som en affärsmöjlighet.

Fem bolag beskriver FN-målen som en affärsmöjlighet. Det får betraktas som en låg siffra; det motsvarar cirka 10 procent av de bolag som nämner FN-målen.

ABB skriver att bolaget ser affärsmöjligheter men också att dess intressenter påmint dem om att det är viktigt att balansera möjligheterna med de utmaningar som FN-målen innebär (ABB, 2017). Assa Abloy skriver om att det ser en viktig möjlighet i samband med mål 11: Hållbara samhällen. Ericsson beskriver FN-målen som en möjlighet och bolaget nämner framför allt möjligheter inom digitalisering och ICT kopplat till FN-målen. (Ericsson, 2017). SCA skriver att FN-målen ger goda affärsmöjligheter framför allt inom hygien och hälsa (SCA, 2017). SEB skriver att det genom att justera affärsmodellen efter FN-målen kommer att få bättre förutsättningar att identifiera möjligheter och hantera framtida risker (SEB, 2017).

Samtliga fem bolag kopplar även FN-målen till sina produkter. Detta ligger nära vad Szekely et al (2013) och Porter et al (2006; 2011) skriver om att bolagens innovation kring det hållbara blir bäst om bolagen fokuserar på sådant som ligger nära deras verksamheter. Den här studien visar att många bolag kopplar målen till sina produkter, men att de samtidigt inte beskriver exakt hur produkterna påverkar FN-målen. Bolagen som skriver att FN-målen är en affärsmöjlighet pekar på de möjligheter som bland annat också finns i The SDG Compass (GRI et al, 2015). Det är troligt att bolagen även har annan information om hur de ska arbeta med målen, som den här studien inte uppmärksammat.

SEB:s beskrivning är mycket intressant då den väl sammanfattar varför det är så viktigt att ha med FN-målen i affärsmodellen. Har bolaget inte det riskerar bolaget att missa möjligheter både att bidra till FN-målen men även att skapa värde för ägarna. Det skulle till exempel kunna vara att skapa konkurrensfördelar genom att leverera hållbara produkter på det sätt som Szekely et al (2013) menar stärker bolaget.

5 Slutsats och förslag på framtida forskning

48 av studiens 79 bolag nämner FN-målen antingen i sin hållbarhetsredovisning eller i sin årsredovisning. 2 bolag nämner alla målen var för sig. 16 bolag skriver om FN-målen med tydliga exempel på hur deras verksamheter påverkar eller bidrar till målen.

5.1 Slutsatser

Det är tydligt att bolagen känner sig manade att skriva om FN-målen. Samtliga mål nämns av något bolag. Tre av FN-målen nämns oftare av bolagen än de andra. De tre FN-mål som nämns av flest bolag är mål 8: Anständiga arbetsvillkor & ekonomisk tillväxt (24 bolag), mål 12: Hållbar konsumtion & produktion (24 bolag), och mål 13: Bekämpa klimatförändringarna (27 bolag).

Bolagen väljer i stor utsträckning att redovisa de FN-mål som lätt kan knytas till deras verksamhet eller till redan existerande hållbarhetsmål. Det är många gånger otydligt hur bolagen faktiskt påverkar målen, eftersom FN-målen ofta beskrivs utifrån det hållbarhetsarbete bolagen redan utför. Att mål 13: Bekämpa klimatförändringarna är vanligast kan bero på två saker. Det ena är den stora massmediala uppmärksamheten kring klimatförändringarna och de hållbarhetsideal som växt fram hos både allmänhet och offentlighet. Den andra anledningen är att alla bolag har någon form av utsläpp. Detta är ett område som många bolag redan arbetar med. Genom att arbeta med att minska sina utsläpp kan bolagen skriva att de bidragit till FN-målet.

De flesta av de 48 bolag som nämner FN-målen skriver att målen är relevanta, men studien visar att de flesta bolag inte tar sig an samtliga FN-mål.

I det som bolagen skriver om FN-målen finns flera genomgående teman:

- FN:s bild för FN-målen återfinns (26)
- FN-målen nämns med ord som ”utvärdera/evaluate”, ”identifiera/identify”, ”väsentliga/essential” (21)
- FN-målen nämns i samband med bolagets produkter (21)
- FN-målen nämns tillsammans med ordet ”intressenter/stakeholders” (18)
- FN-målen nämns tillsammans med ord som ”integrera/integrate/incorporate” (16)
- FN-målen nämns i beskrivande exempel utifrån bolagets verksamhet (16)
- FN-målen återfinns i VD-ord (16)
- FN-målen beskrivs som ”kompass/compass”, ”karta/map/roadmap”, ”ramverk/framework” (13)
- FN-målen nämns i samband med att bolaget skriver att det vill göra mer i framtiden (11)
- FN-målen nämns med ordet ”bidra/contribute” (10)
- FN-målen nämns i samband med samarbeten (10)
- FN-målen nämns med frasen ”i linje med/align with” (9)
- FN-målen nämns kopplade till strategi (9)
- FN-målen beskrivs påverka bolagets kunder (6)
- FN-målen beskrivs som en affärsmöjlighet (5)
- FN-målen nämns tillsammans med ord som ”uppnå/achieve/reach” (5)

Studiens största tema (återfinns hos 26 bolag) är användandet av de bildsymboler FN gett FN-målen. Näst största tema är att bolagen skriver att de analyserat och utvärderat vilka FN-mål som är de allra mest relevanta utifrån deras verksamheter (21 bolag). Exakt hur urvalet har gått till är många gånger oklart. Ändå flyttas fokuset från arbetet med FN-målen till arbetet med att välja ut vilka mål bolaget ska arbeta med. Många bolag tar hjälp från sina intressenter när de väljer ut de FN-mål bolaget ska arbeta med. Det är ofta oklart vilka av intressenterna

som haft mest att säga till om. Andra bolag väljer målen utan intressenternas inblandning. De flesta bolag väljer FN-mål som ligger nära det hållbarhetsarbete de redan redovisar.

21 bolag kopplar FN-målen till sina produkter. 9 bolag skriver om FN-målen kopplade till sin strategi och 5 bolag ser FN-målen som en affärsmöjlighet. Det är ofta oklart hur produkterna bidrar till FN-målen. Inget bolag skriver att de utvecklat en ny produkt specifikt för att möta FN-målen. Det är mer sannolikt att bolagen valt att knyta FN-målen till de produkter de redan anser bidrar till att uppnå målen. Bolag som skriver mycket om FN-målen i övrigt är mer benägna att också knyta sina produkter till målen. De flesta bolag som beskriver FN-målen i samband med sin strategi skriver också om målen i samband med sina produkter. Alla bolag som ser FN-målen som en affärsmöjlighet kopplar också sina produkter till målen.

5.2 Förslag på framtida forskning

Studiens material är omfattande. För omfattande för att under den begränsade tiden då studien genomförts kunna svara på alla nya frågor som väcks. Studiens vanligaste tema är användandet av en symbolbild för FN-målen, vilket förtjänar att studeras närmare. Även bland de bolag som inte nämner FN-målen finns likheter och skillnader vilka vore intressanta att utforska närmare. Studien lämnar ett generöst bidrag till framtida forskning med flera infallsvinklar.

5.2.1 Bolag med extern granskning

I den inledande delen av studiens teoretiska referensram diskuterades två trender gällande hållbarhetsredovisningar: att de oftare är en del av en integrerad årsredovisning och att hållbarhetsredovisningen allt oftare blir föremål för en extern granskning. I denna del förs en längre diskussion med förslag på framtida forskning kring de bolag som använt sig av extern granskning.

28 bolag har använt sig av extern granskning på sin hållbarhetsredovisning. Bolagen med extern granskning listas i bilaga 7.5. Av dessa 28 bolag nämner 24 FN-målen. Det är endast fyra av de bolag som använt sig av extern granskning som inte nämner målen. Dessa är Investor, Millicom, Skanska och Swedbank. Bland de bolag som inte använt sig av extern granskning (51 bolag), är det också 24 bolag som nämner FN-målen. Bolag som inte använt extern granskning listas i bilaga 7.6.

Av de 16 bolag som exemplifierar FN-målen utifrån sin verksamhet, och har skrivit mest om FN-målen, har 11 använt sig av extern granskning. Detta kan vara ett tecken på någon slags profilering och positionering gentemot konkurrenter. Den här studien visar att bolag som skriver mer om FN-målen och lyckas exemplifiera dem i högre utsträckning har använt sig av extern granskning. Detta förtjänar att studeras närmare. Det är främst stora bolag som använder sig av extern granskning. Den här studien visar också att den skillnad i nivå av kvalitet olika bolag utvecklar kanske kan kopplas till att bolagen även använder sig av extern granskning. En granskning verkar enligt den här studien vara ett sätt att göra en redovisning mer trovärdig. Även detta vore utmärkt att studera djupare i framtida forskning.

Precis som bland populationen i stort är det vanligaste FN-målet för de bolag som har extern granskning mål 13: Bekämpa klimatförändringarna som är det vanligaste (18 bolag). Därefter följer mål 12: Hållbar konsumtion & produktion (14 bolag) och mål 8: Anständiga arbetsvillkor & ekonomisk tillväxt (14 bolag). Att de vanligaste målen är desamma för båda populationerna är inte anmärkningsvärt. Samtliga bolag kan förväntas ha många

gemensamma intressenter, och berörs av samma regleringar som antingen börsen eller lagstiftaren ställt upp.

Tabell 4, bolag med extern granskning där FN-målen nämns:

FN:mål nr	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	Ej specifika mål
Antal bolag som anger målet	3	4	11	9	10	12	13	14	11	4	7	14	18	6	9	11	4	6

Tre FN-mål nämns oftare hos bolag med extern granskning än av hela populationen. Detta betyder att de bolag som använt sig av extern granskning också skriver mer om dessa mål än populationen i stort. Av de elva bolag totalt som nämner mål 15: Biologisk mångfald, har nio använt sig av extern granskning. Målet förekommer alltså oftare bland bolagen med externt granskade hållbarhetsredovisningar än i hela populationen.

Av de totalt 15 bolag som nämner FN-mål 7: Hållbar energi, har 13 använt sig av extern granskning. Detta mål kopplas av bolagen främst till att minska utsläppen och att i högre grad välja förnybar energi. Målet i stort handlar om att säkerställa tillgången till ekonomiskt överkomlig, tillförlitlig, hållbar och modern energi för alla. Av de 12 bolag som nämner mål 4: God utbildning, har 9 använt extern granskning. Målet handlar om att säkerställa en inkluderande och likvärdig utbildning av god kvalitet och främja livslångt lärande för alla.

Även om bolagen som använt sig av extern granskning i högre grad nämner dessa FN-mål i sin hållbarhetsredovisning, kan sambandet även bero på andra faktorer. Exempelvis kan bransch och storlek påverka bolagens val. Även bolagets ägare är en faktor som kan påverka. Det kan också vara så att det är en del av bolagens hållbarhetsstrategi. Den här studien kan främst peka på ett samband mellan den nivåskillnad i kvalitet som finns i det bolagen skriver om FN-målen, och om bolagen använt sig av extern granskning eller inte. Detta samband väcker många frågor. Kanske har de bolag som använder sig av extern granskning av hållbarhetsredovisningen på något sätt tillgång till mer information? Kanske är revisorn i sig ytterligare en intressent att förhålla sig till? Samtidigt finns det fem bolag som exemplifierar FN-målen utifrån sin verksamhet men som inte använt sig av extern granskning. Vad likheter och skillnader bland de bolag som använder sig av extern granskning och de som inte gör det kan tänkas bero på får bli ett av studiens bidrag till framtida forskning.

Det är allmänt erkänt att högkvalitativa granskningar är till direkt förmån för företag och indirekt gagnar samhället i stort. Detta kan inte denna studie bekräfta, då studien inte bedömt granskningen eller dess kvalitet. Under studien noterades däremot att många av de bolag som skriver väldigt korta hållbarhetsredovisningar inte använt sig av extern granskning. Under studien har det också noterats att dessa korta redovisningar i många fall knappt rymmer någon information om vad bolagen faktiskt gör i sitt hållbarhetsarbete, och absolut ingenting som går att kvantifiera eller verifiera.

Av de 28 bolag som har använt sig av extern granskning på sin hållbarhetsredovisning nämner 24 FN-målen. De tre vanligaste FN-målen som nämns av dessa bolag är också de mål som nämns oftast av samtliga 48 bolag. Tre av målen förekommer dock oftare hos bolag med extern granskning än i hela populationen. Dessa är mål 4: God utbildning (9 av 12 bolag), mål 7: Hållbar energi (13 av 15 bolag) samt mål 15: Biologisk mångfald (9 av 11 bolag). Förutom att bolagen använt sig av extern granskning finns andra likheter, till exempel bransch och storlek. Det kan förklara att dessa mål förekommer oftare hos dessa bolag.

5.2.2 Bolag som inte nämner FN-målen

De 31 bolag som inte nämner FN-målen i sin redovisning finns listade i bilaga 7.3. Samtliga bolag finns även listade efter bransch i bilaga 7.4. Bland bolagen finns både likheter och skillnader som är värda att utforskas närmare.

I studien noterades att inget av de stora investmentbolagen med framför allt börsnoterade innehav, Investor, Kinnevik, Latour, Lundbergs och Melker Schörling, nämner FN-målen. Industrivärden och Ratos nämner målen, men hänvisar till sina portföljbolag. Samtliga av Industrivärdens portföljbolag noterade på Large cap redovisar FN-målen. I studien noterades att investmentbolagen har väldigt korta hållbarhetsredovisningar. Investmentbolag har få anställda och uttrycker att de själva inte kan påverka olika hållbarhetsfrågor så mycket. Som ägare har de däremot stora möjligheter att påverka sina portföljbolag.

Bland de av Investors portföljbolag som är noterade på Large cap nämner samtliga utom Husqvarna FN-målen. Kinnevik, Latour, Lundbergs och Melker Schörling uppvisar en blandad bild av hur deras portföljbolag redovisar FN-målen. Det kan vara värt att studera om den frivilliga information som återfinns i hållbarhetsredovisning möter intressenternas krav. Den här studien visar att det kan vara så att Investor och Industrivärden sätter press på sina portföljbolag att redovisa FN-målen medan intresset är svalare hos övriga investmentbolag.

Två andra bolag som inte nämner FN-målen är Getinge och Lifco. Dessa två bolag säljer till stor del produkter inom hälsovård och borde ha nära till hands att knyta an till mål 3: God hälsa & välbefinnande. En gemensam nämnare för de två bolagen är att de har samma storägare. Det är framför allt de intressenter som har inflytande över bolagets framtid som får sitt informationsbehov tillgodosett. Den här två bolagens agerande skulle kunna stärka både teorin att ägaren är en av de viktigaste intressenterna och vikten av att intressenterna sätter press på bolagen.

Inte heller nämner något av de stora spelbolagen Netent, Betsson eller Kindred FN-målen. De har verksamhet framför allt i Europa och har nästan ingen fysisk närvaro. Spelbolagens intressenter kan tänkas ha låga krav på redovisning av FN-målen, och kanske hållbarhetsredovisning generellt. Dels är spelbolagen framför allt verksamma på nätet, dels har de en stor andel intäkter från marknader som inte är reglerade. Det kan tänkas att bolagens intressenter inte är så noga med om bolagen följer FN:s hållbarhetsmål när de till viss del verkar i legala gråzoner. Bolagens intressenter kanske snarare är uppmärksamma kring andra regleringar som kan påverka eller inskränka bolagens verksamheter. Detta område är verkligen värt en närmare och djupare studie. Bolagens hållbarhetsredovisningar skiljer sig delvis från övriga bolag genom att betona det socialt hållbara. Bolagen diskuterar hållbarhet i termer av hållbart spelande och spelberoende, och försöker på så sätt legitimera sin verksamhet. Ett bolag som inte fokuserar på hållbarhet riskerar att förlora konkurrenskraft och att bli föremål för regleringar som kan hämma bolagets möjligheter att utvecklas. Den här studien visar att hållbarhet kan betyda olika saker för olika bolag.

Fastighetsbolagen nämner FN-målen i ganska liten utsträckning. Wallenstam, Hufvudstaden och Balder är tre stora bolag som inte nämner FN-målen alls. Varken Wihlborgs eller Fabege nämner specifika mål. Fastighetsbolagen verkar främst på den svenska marknaden. Även om FN:s globala hållbarhetsmål kanske låter som något som främst skulle vara globalt är det just det nationella, regionala och lokala arbetet med målen som eftersträvas. Mål 11: Hållbara samhällen borde påverka fastighetsbranschen. Ändå är det bland fastighetsbolagen bara Bonava och Castellum som nämner detta mål, men inget av bolagen skriver något om sin

påverkan på målet. Bonava kopplar målet till prisvärda bostäder, men exemplifierar inte. Fastighetsbolagen är en intressant bransch, sett ur hållbarhetssynvinkel, och kanske vore en branschstudie lämplig.

Bland byggbolagen är det bara NCC som nämner mål 11 Hållbara samhällen. Inte heller de exemplifierar FN-målet. Istället diskuterar de social inkludering, men kopplar det inte till FN-målet mer än att sätta FN:s symbolbild för målet ovanför sin text. Ett bolag som nämner och exemplifierar mål 11 är Handelsbanken. Bolaget skriver att genom sin utlåning till just fastighetsbranschen kan påverka hur det bidrar till hållbara städer i enlighet med målet. Det borde finnas ett intresse från fastighetsbranschens intressenter (där banksektorn är en intressent) att redovisa målet, men bolagen verkar inte ha kommit så långt i sitt arbete att målet framstår som väsentligt för dem.

Bland de globala bolagen med lite tyngre industri och större miljöpåverkan är det bara Dometic, Hexagon, Husqvarna, Indutrade och Skanska som inte nämner FN-målen. Under studien har det noterats att de har ganska omfattande hållbarhetsredovisningar. Detta stämmer överens med att bolag och branscher med större miljöpåverkan ofta hållbarhetsredovisar i större omfattning. Däremot finner studien inga förklaringar till varför dessa fem bolag inte nämner FN-målen. Då många andra stora globala bolag valt att redovisa vad de gör för FN-målen finns det skäl att anta att bolagens intressenter kommer att ställa liknande krav på att dessa bolag i framtiden också redovisar arbetet med FN-målen.

5.2.3 Användandet av bildsymboler

Under studien noterades att många bolag tydligt visar att de knyter an till FN-målen genom att använda de bildsymboler som FN gett målen. Varje mål har en egen symbol i form av en färgglad fyrkant, och gemensamt för målen finns en annan symbol, en färgglad cirkel som består av de 17 målens färger (bild finns i bilaga 7.1). 26 bolag har valt att använda någon av dessa bilder, vilket gör bildsymbolerna till studiens största tema. Studiens referensram räcker inte för att analysera användandet av symbolerna särskilt väl, utan detta tema är något som studien får lämna som bidrag till framtida forskning.

Hälften av de bolag som använder bildsymbolerna skriver även förhållandevis mycket om FN-målen. Dessa bolag förstärker det som de legitimerar i text genom att även använda bildsymboler för FN-målen. Eftersom de intressenter som är intresserade av FN-målen förmodligen även känner till symbolerna, underlättar det för intressenterna att dessa återfinns i redovisningen. Användandet kan ses som ett sätt att tillfredsställa många olika intressenters behov på ett väldigt enkelt och gemensamt språk. Några bolag visar även bildsymbolerna för FN-målen i samband med att de redogör för sina andra hållbarhetsstrategier i bilder, och FN-målen framstår där som integrerade med bolagens redan existerande strategier för hållbarhet. Eller är de bara påklitrade på redan existerande hållbarhetsagendor? En framtida studie skulle exempelvis kunna undersöka om hållbarhetsarbetet justerats för att passa FN-målen.

Hälften av bolagen skriver mindre eller snudd på ingenting om FN-målen; dessa bolag försöker kanske istället legitimera sig genom att inte skriva om något de inte känner att de kan uttrycka sig kring, men de kan åtminstone visa sina intressenter att de känner till FN-målen genom att använda bildsymbolerna. Denna koppling, att använda sig av bilden istället för det skrivna ordet om FN-målen är verkligen intressant. Vad som kan tänkas ligga bakom detta vore definitivt något en framtida studie skulle kunna undersöka.

Nästan alla bolag använder antingen hela den bild som finns för alla FN-målen samlade, eller de enskilda symbolerna för varje mål för sig. Tre bolag använder sig av ett bildspråk som skiljer sig. H&M använder en svartvit bild över FN-målen där alla andra använder sig av färg. Lundin Petroleum använder målens gemensamma cirkel som bild, istället för bildsymboler för varje FN-mål. Detta är de ensamma om att göra. NIBE använder inte hela symbolbilden för varje enskilt FN-mål (det vill säga med målets nummer) utan endast själva symbolen. Hur dessa bolags intressenter uppfattar användandet av bilderna kan den här studien inte svara på. Även detta vore intressant att undersöka närmare.

6 Referenser

Referenslitteratur:

Arvidsson S. (2017). Hållbarhetsrapportering i de största bolagen - Trender och tendenser. *Tidningen Balans*. Tillgänglig: <https://www.tidningenbalans.se/fordjupning/hallbarhetsrapportering-de-storsta-bolagen-trender-och-tendenser/> hämtat den 2017-12-14.

Ayuso, S., Roca, M., Arevalo, J., & Aravind, A. (2016). What Determines Principle-Based Standards Implementation? Reporting on Global Compact Adoption in Spanish Firms. *Journal of Business Ethics*, 133(3), 553-565.

Beattie, V., & Thomson, Sarah Jane. (2007). Lifting the lid on the use of content analysis to investigate intellectual capital disclosures. *Accounting Forum: Advancing the Interdisciplinary and Global Connection of Accounting Research*, 31(2), 129-163.

Bergström, G., & Boréus K. (2012). *Textens mening och makt: metodbok i samhällsvetenskaplig text- och diskursanalys*. Lund: Studentlitteratur.

Brandão Jönsson, H. (2017). Gifter och barnarbete i bomullsodling. *Sveriges Natur*. Tillgänglig: <http://www.sverigesnatur.org/aktuellt/bomullsodling-som-forgiftar/> hämtat den 2017-11-10

Cahan, S., De Villiers, C., Jeter, D., Naiker, V., & Van Staden, C. (2015). Are CSR Disclosures Value Relevant? Cross-Country Evidence. *European Accounting Review*, 25(3), 1-33.

Carrington, T. (2014). *Revision* (2. [utök. och uppdaterade] uppl. ed.). Malmö: Liber.

Deegan, C., & Unerman, J. (2011). *Financial accounting theory* (2. European ed.). Maidenhead: Mc Graw-Hill Education

Denscombe, M. (2016). *Forskningshandboken: För småskaliga forskningsprojekt inom samhällsvetenskaperna* (3., rev. och uppdaterade uppl. ed.). Lund: Studentlitteratur.

Dagens industri, (2017, 2 januari). Nordiska Börsen. *Dagens industri*, s. 26.

Ehnert, I., Parsa, S., Roper, I., Wagner, M., & Muller-Camen, M. (2015). Reporting on sustainability and HRM: A comparative study of sustainability reporting practices by the world's largest companies. *The International Journal of Human Resource Management*, 27(1), 1-21.

FAR, (2017) *FAQ Hållbarhetsrapportering enligt ÅRL*

Tillgänglig: https://www.far.se/contentassets/2b2cc988a3dd4056b3dbad9450d96dee/faq-hallbarhetsrapportering_slutgiltig.pdf hämtat den 2017-10-25

FN, (2015a). *Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development*

Tillgänglig: <https://fn.se/wp-content/uploads/2016/07/N1529189.pdf> hämtat den 2017-11-01

FN, (2015b) *Agenda 2030 Globala mål för hållbar utveckling*

Tillgänglig: <https://fn.se/vi-gor/vi-utbildar-och-informerar/fn-info/vad-gor-fn-2/fns-arbete-for-utveckling-och-fattigdomsbekampning/agenda-2030-globala-mal-for-hallbar-utveckling/> hämtat den 2017-11-01.

Frostenson, M., Helin S. & Sandström J. (2013). *Hållbarhetsredovisning i svensk detaljhandel - Roll, relevans och nytta*. Forskningsrapport 2013:2, Handelns utvecklingsråd.

Gillet-Monjarret, C. (2015). Assurance of Sustainability Information: A Study of Media Pressure. *Accounting in Europe*, 12(1), 87-105.

GRI, UN Global Compact, WBCSD (2015). *The SDG Compass*.

Tillgänglig: <https://www.unglobalcompact.org/library/3101> hämtat den 2017-12-04

GRI, 2017a, *Business Reporting on SDGs Analysis of Goals and Targets*. Tillgänglig: https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/GRI_UNGC_Business-Reporting-on-SDGs_Analysis-of-Goals-and-Targets.pdf hämtat den 2017-11-09

GRI, 2017b, *Sustainability Reporting*

Tillgänglig: <https://www.globalreporting.org/information/sustainability-reporting/Pages/default.aspx> hämtat den 2017-11-09

Halkjaer, E. (2016) Så ska FN:s nya utvecklingsmål lyckas bättre än millenniemålen. *Dagens Nyheter*.

Tillgänglig: <https://www.dn.se/ekonomi/global-utveckling/sa-ska-fns-nya-utvecklingsmal-lyckas-battre-an-millenniemalen/> hämtat den 2017-10-09

Herremans, I., Nazari, J., & Mahmoudian, F. (2016). Stakeholder Relationships, Engagement, and Sustainability Reporting. *Journal of Business Ethics*, 138(3), 417-435.

IFAC, *Audit Assurance*. Tillgänglig: <https://www.ifac.org/global-knowledge-gateway/audit-assurance?overview> hämtat den 2017-10-09.

Justitiedepartementet. (2014). *Företagens rapportering om hållbarhet och mångfaldspolicy* (Ds: departementsserien, 2014:45). Stockholm: Fritze: Justitiedepartementet, Regeringskansliet.)

KPMG, (2015). *Currents of change. The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2015*. Tillgänglig: <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/pdf/2016/02/kpmg-international-survey-of-corporate-responsibility-reporting-2015.pdf> hämtat den 2017-11-12

KPMG, (2017). *The road ahead. The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2017*.

Tillgänglig: https://home.kpmg.com/content/dam/kpmg/campaigns/csr/pdf/CSR_Reporting_2017.pdf hämtat den 2017-11-27

Larsson Hultin, T. (2015-10-02). H&M-fabriker är fortfarande dödsfallor. *Svenska Dagbladet*.

Tillgänglig: <https://www.svd.se/hm-fabriker-i-bangladesh-fortfarande-dodsfallor> hämtat den 2017-12-14

Lapidus, A. (2016-08-16). Barn arbetade upp till 14 timmar om dagen i H&M-fabriker: "Vi försökte protestera". *Expressen* Tillgänglig: <https://www.expressen.se/geo/barn-arbetade-upp-till-14-timmar-om-dagen-i-hm-fabriker-vi-forsokte-protester/> hämtat den 2017-11-10

Lennartsson, R. (2015, augusti) EU:s krav på hållbarhetsrapportering väcker känslor. *Tidningen Balans*. Tillgänglig: <https://www.tidningenbalans.se/nyheter/eus-krav-pa-hallbarhetsrapportering-vacker-kanslor/> hämtat den 2017-11-09.

Lennartsson, R. (2016, maj) Hållbarhetslagen - så blir den. *Tidningen Balans*. Tillgänglig: <https://www.tidningenbalans.se/nyheter/hallbarhetslagen-sa-blir-den/> hämtat den 2017-11-06.

- Lennartsson, R. (2016, oktober) Lyft för hållbarhetsredovisningen när GRI blir standard. *Tidningen Balans*. Tillgänglig: <https://www.tidningenbalans.se/nyheter/lyft-hallbarhetsredovisningen-nar-gri-blir-standard/> hämtat den 2017-10-20.
- Moroney, R., & Trotman, K. (2016). Differences in Auditors' Materiality Assessments When Auditing Financial Statements and Sustainability Reports. *Contemporary Accounting Research*, 33(2), 551-575.
- Munck, A. (2007-11-25). Barnarbete bakom H&M-plagg. *Svenska Dagbladet*. Tillgänglig: <https://www.svd.se/barnarbete-bakom-h--m-plagg> hämtat den 2017-11-10
- Odrizola, M., & Baraibar-Diez, E. (2017). Is Corporate Reputation Associated with Quality of CSR Reporting? Evidence from Spain. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 24(2), 121-132.
- Porter, M., & Kramer, M. (2006). Strategy and society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), 78-92, 163.
- Porter, M., & Kramer, M. (2011). Creating shared value. *Harvard Business Review*, 89(1), 62-77.
- Prop. 2015/16:193. Företagens rapportering om hållbarhet och mångfaldspolicy. Tillgänglig: <http://www.regeringen.se/49e317/contentassets/f927320bd4a04c798fc80662851298a2/foretagens-rapportering-om-hallbarhet-och-mangfaldspolicy-prop.-201516193> hämtat den 2017-10-24
- Randhawa Bergmark, R & Norbergh, E. (2015-03-12). Barn producerar kläder åt H&M. *SVT* Tillgänglig: <https://www.svt.se/nyheter/lalalaa> hämtat den 2017-11-10
- Rasche, A. (2009). Toward a model to compare and analyze accountability standards: The case of the UN Global Compact. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 16(4), 192–205.
- Regeringen.se, (2017). *Sverige och Agenda 2030 - Rapport till FN:s politiska högnivåforum 2017 om hållbar utveckling*. Tillgänglig: <http://www.regeringen.se/rapporter/2017/06/sverige-och-agenda-2030--rapport-till-fns-politiska-hognivaforum-2017-om-hallbar-utveckling/> hämtat den 2017-11-24
- Reimsbach, D., Hahn, R., & Gürtürk, A. (2017). Integrated Reporting and Assurance of Sustainability Information: An Experimental Study on Professional Investors' Information Processing. *European Accounting Review*, Urn:issn:0963-8180.
- Röstlund, L. (2017). Lundin röstar om miljardersättning till Sudan. *Aftonbladet*. Tillgänglig: <https://www.aftonbladet.se/nyheter/a/BQmR0/lundin-rostar-om-miljardersattning-till-sudan> hämtat den 2017-12-14
- Szekely S., & Streber H. (2013). Incremental, radical and game-changing: strategic innovation for sustainability, *Corporate Governance, Vol. 13 Issue: 5*, pp.467-481
- Testa, F., Iraldo, F., & Boiral, O. (2015). Internalization of Environmental Practices and Institutional Complexity: Can Stakeholders Pressures Encourage Greenwashing? *Journal of Business Ethics*, 1-21.
- UN Global Compact, 2017. *UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT PROGRESS REPORT BUSINESS SOLUTIONS TO SUSTAINABLE DEVELOPMENT*. Tillgänglig: https://www.unglobalcompact.org/docs/publications/UN%20Impact%20Brochure_Concept-FINAL.pdf hämtat den 2017-11-20

unglobalcompact.org, u.å. *Homepage UN Global Compact*.
Tillgänglig: <https://www.unglobalcompact.org> hämtat den 2017-11-20

Wong, Wong, Yangliu Li, & Chen (2016) Sustainability assurance: an emerging market for the accounting profession. *Pacific Accounting Review*, 28(3), 238-259.

Bolagens års- och hållbarhetsredovisningar:

- AAK, (2017). *Hållbarhetsrapport 2016/2017. Ansvarsfull tillväxt*.
- ABB, (2017). *Sustainability Report 2016. Preparing for a digital world*.
- Ahlsell, (2017). *Årsredovisning 2016*.
- Alfa Laval, (2017). *Business Principles Progress Report 2016. From juicy idea to global brand*.
- Assa Abloy, (2017). *Sustainability Report 2016*.
- AstraZeneca, (2017). *Sustainability Update 2016. Securing our future: Our sustainability journey*.
- Atlas Copco, (2017). *Årsredovisning 2016*.
- Atrium Ljungberg, (2017). *Årsredovisning 2016*.
- Autoliv, (2017). *Annual Report 2016. Real Life Safety*.
- Axfood, (2017). *Hållbarhetsredovisning 2016*.
- Axis, (2017). *Års- & hållbarhetsredovisning 2016*.
- Balder, (2017). *Balders årsredovisning 2016. Människorna bakom Balder*.
- Betsson, (2017). *Årsredovisning 2016*.
- BillerudKorsnäs, (2017). *Års- och hållbarhetsredovisning 2016*.
- Boliden, (2017). *Årsredovisning 2016. Metaller & innovation för framtiden*.
- Bonava, (2017). *Årsredovisning 2016. Homes & Neighbourhoods*.
- Castellum, (2017). *Årsredovisning 2016*.
- Comhem, (2017). *Årsredovisning 2016*.
- Dometic, (2017). *Årsredovisning 2016. Mobile living made easy*.
- Electrolux, (2017). *Sustainability Report 2016. For The Better*.
- Elekta, (2017). *Årsredovisning 2016/17*.
- Ericsson, (2017). *Sustainability and Corporate Responsibility Report 2016. Technology For Good*.
- Fabege, (2017). *Årsredovisning 2016. Vi skapar förutsättningar för framgång*.
- Fingerprint, (2017). *Årsredovisning 2016*.
- Getinge, (2017). *Årsredovisning 2016*.
- H&M, (2017). *The H&M Group Sustainability Report 2016*.
- Handelsbanken, (2017). *Hållbarhetsredovisning 2016*.
- Hexagon, (2017). *Årsredovisning 2016*.

Hexpol, (2017). *Sustainability Report 2016*.

Holmen, (2017). *Årsredovisning 2016. Skog Kartong Papper Trävaror Energi*.

Hufvudstaden, (2017). *Hufvudstaden 2016*.

Husqvarna, (2017). *Sustainovate. Report on progress 2016*.

Icagruppen, (2017). *Årsredovisning 2016*.

Industrivärden, (2017). *Årsredovisning 2016*.

Indutrade, (2017). *Årsredovisning 2016*.

Intrum Justitia, (2017). *Årsredovisning 2016*.

Investor, (2017). *Årsredovisning 2016*.

JM, (2017). *Årsredovisning 2016*.

Kindred Group, (2017). *Annual Report and Accounts 2016. We are individuals united*.

Kinnevik, (2017). *Årsredovisning 2016*.

Klövern, (2017). *Hållbarhetsredovisning 2016*.

Latour, (2017). *Årsredovisning 2016*.

Lifco, (2017). *Årsredovisning 2016*.

Loomis, (2017). *Sustainability Report 2016*.

Lundberg, (2017). *Lundbergs 2016*.

Lundin Mining, (2017). *Sustainability Report 2016*.

Lundin Petroleum, (2017). *Sustainability Report 2016*.

Melker Schörling, (2017). *Årsredovisning 2016*.

Millicom, (2017). *Annual Report 2016. Creating Digital Communities*.

MTG, (2017). *Årsredovisning 2016*.

NCC, (2017). *Årsredovisning 2016*.

Netent (2017). *Årsredovisning 2016*.

NIBE, (2017). *Årsredovisning 2016*.

Nobia, (2017). *Årsredovisning 2016*.

Nordea, (2017). *Sustainability Report 2016*.

Pandox, (2017). *Hållbarhetsrapport 2016. Pandox Fair Play*.

Peab, (2017). *Års- och hållbarhetsredovisning 2016. En samhällsbyggare med lokalt engagemang*.

Ratos, (2017). *Årsredovisning 2016*.

Resurs, (2017). *Årsredovisning 2016*.

SAAB, (2017). *Års- och hållbarhetsredovisning 2016. Ready for take off*.

Sandvik, (2017). *Årsredovisning 2016 inklusive hållbarhetsrapport*.

SCA, (2017). *Hållbarhetsredovisning 2016*.

SEB, (2017). *Hållbarhetsrapport 2016. Så skapar vi värde för människor, affärer och miljön*.

Securitas, (2017). *Hållbarhetsrapport 2016*.

Skanska, (2017). *Årsredovisning 2016. Vi bygger ett bättre samhälle*.

SKF, (2017). *Årsredovisning 2016. En värld av tillförlitlig rotation*.

SSAB, (2017). *Årsredovisning 2016. Mot branschledande lönsamhet*.

Stora Enso, (2017). *Sustainability Report 2016*.

Sweco, (2017). *Årsredovisning 2016*.

Swedbank, (2017). *Årsredovisning 2016*.

Swedish Match, (2017). *Årsredovisning 2016. Kvalitet är vår tradition*.

Swedish Orphan Biovitrum, (2017). *Årsredovisning 2016*.

Tele2, (2017). *Responsible Challenger*. Tillgänglig: <http://www.tele2.com/our-responsibility/esg/performance/cr-report-2016/> hämtat den 2017-10-31

Telia, (2017). *Års + hållbarhetsredovisning 2016. I täten för den digitala världen*.

Tieto, (2017). *2016 Annual review and sustainability*.

Trelleborg, (2017). *Corporate Responsibility Report 2016*.

Volvo, (2017). *Års- och hållbarhetsredovisning 2016. Bidra till ökat välstånd med våra transportlösningar*.

Wallenstam, (2017). *Årsredovisning 2016. Låt staden växa*.

Wihlborgs, (2017). *Årsredovisning 2016*.

7 Förteckning över bilagorna

Bilagor:

7.1	BILAGA 1 - FN:MÅLEN	44
7.2	BILAGA 2 - BOLAG SOM NÄMNER FN:MÅLEN	46
7.3	BILAGA 3 - BOLAG SOM INTE NÄMNER FN:MÅLEN	47
7.4	BILAGA 4 - BOLAG LISTADE PÅ BRANCH	48
7.5	BILAGA 5 - BOLAG MED EXTERN GRANSKNING	50
7.6	BILAGA 6 - BOLAG UTAN EXTERN GRANSKNING.....	51
7.7	BILAGA 7 - EXEMPEL PÅ TEMAN FRÅN LÄSNINGARNA.....	52
7.8	BILAGA 8A-C - EXEMPEL PÅ ANTECKNINGAR FRÅN LÄSNINGARNA.....	53

7.1 Bilaga 1 - FN:målen

Bild och förklaring vad respektive mål handlar om är hämtade från FN.



Denna bild är den som används av organisationer som inte är kopplade till FN, det finns även en version med FN:s emblem, men den får bara FN:s organisationer använda. Bilden visar dels den cirkel som är symbolen för alla utvecklingsmål (i form av o:et i ordet goals), och dels de fyrkantiga symboler som representerar vart och ett av bolagen.

De sjutton FN:målen är som följer:

- Mål 1. Avskaffa fattigdom i alla dess former överallt.
- Mål 2. Avskaffa hunger, uppnå tryggad livsmedelsförsörjning och förbättrad nutrition samt främja ett hållbart jordbruk.
- Mål 3. Säkerställa hälsosamma liv och främja välbefinnande för alla i alla åldrar.
- Mål 4. Säkerställa en inkluderande och likvärdig utbildning av god kvalitet och främja livslångt lärande för alla.
- Mål 5. Uppnå jämställdhet och alla kvinnors och flickors egenmakt.
- Mål 6. Säkerställa tillgången till och en hållbar förvaltning av vatten och sanitet för alla.
- Mål 7. Säkerställa tillgång till ekonomiskt överkomlig, tillförlitlig, hållbar och modern energi för alla.

7.1 fortsatt

Mål 8. Verka för varaktig, inkluderande och hållbar ekonomisk tillväxt, full och produktiv sysselsättning med anständiga arbetsvillkor för alla.

Mål 9. Bygga motståndskraftig infrastruktur, verka för en inkluderande och hållbar industrialisering samt främja innovation.

Mål 10. Minska ojämlikheten inom och mellan länder.

Mål 11. Göra städer och bosättningar inkluderande, säkra, motståndskraftiga och hållbara.

Mål 12. Säkerställa hållbara konsumtions- och produktionsmönster.

Mål 13. Vidta omedelbara åtgärder för att bekämpa klimatförändringarna och dess konsekvenser.

Mål 14. Bevara och nyttja haven och de marina resurserna på ett hållbart sätt för en hållbar utveckling.

Mål 15. Skydda, återställa och främja ett hållbart nyttjande av landbaserade ekosystem, hållbart bruka skogar, bekämpa ökenspridning, hejda och vrida tillbaka markförstörelsen samt hejda förlusten av biologisk mångfald.

Mål 16. Främja fredliga och inkluderande samhällen för hållbar utveckling, tillhandahålla tillgång till rättvisa för alla samt bygga upp effektiva och inkluderande institutioner med ansvarsutkrävande på alla nivåer.

Mål 17. Stärka genomförandemedlen och återvitalisera det globala partnerskapet för hållbar utveckling.

För de 169 delmål som finns under dessa 17 huvudmål hänvisas till FN:s sida om utvecklingsmålen: sustainabledevelopment.un.org

7.2 Bilaga 2 - Bolag som nämner FN:målen

Bolag där FN:målen i Agenda 2030 nämns i hållbarhetsredovisningen

Grupp	Bolag	FN:mål nr																	Bransch	Fri/Års	Granskad av			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17			Ej specifika mål			
beskriver	AAK	1	2								8					12	15	16	17	consumer goods	Fristående	Nej	-	
återfinns	ABB		3	4	5	6	7	8	9				11	12	13			16		industrials	Fristående	Granskad	DNV GL	
återfinns	AHLSSELL																			Ej specifika mål	industrials	Årsredovisn	Nej	KPMG
beskriver	ALFA LAVAL		2				6	7						11	13	14				industrials	Fristående	Nej	-	
återfinns	ASSA ABLOY						6	8	9					11	12	13				industrials	Fristående	Nej	-	
återfinns	ASTRAZENECA		3	4	5	6	7	8	9					12	13		15	16	17	health care	Fristående	Granskad	Bureau veritas	
återfinns	ATLAS COPCO																			Ej specifika mål	industrials	Årsredovisn	Granskad	Deloitte
återfinns	AUTOLIV		3																	consumer goods	Årsredovisn	Nej	EY	
återfinns	AXFOOD	1	2			5	6		8					12	13	14		16	17	consumer services	Fristående	Nej	-	
återfinns	BILLERUDKORSNÄS										8			12	13	14	15			basic materials	Årsredovisn	Granskad	KPMG	
återfinns	BOLIDEN					5	6	7	8					12	13	14	15			basic materials	Årsredovisn	Granskad	Deloitte	
återfinns	BONAVA										8		11	12	13			17		financials	Årsredovisn	Nej	EY	
återfinns	CASTELLUM		3	4	5		7				10	11	12	13		15	16			financials	Årsredovisn	Granskad	Deloitte	
beskriver	ELECTROLUX	2	3	4	5	6	7	8						12	13	14				consumer goods	Fristående	Granskad	PWC	
återfinns	ELEKTA		3	5			8							12			16			health care	Årsredovisn	Nej	PWC	
beskriver	ERICSSON	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17		technology	Fristående	Granskad	PWC	
återfinns	FABEGE																			Ej specifika mål	financials	Årsredovisn	Granskad	Deloitte
återfinns	FINGERPRINT					5		8					12	13		16				industrials	Årsredovisn	Nej	KPMG	
beskriver	H&M	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17		consumer services	Fristående	Granskad	EY	
beskriver	HANDELSBANKEN					5		8	9		11		13			16				financials	Fristående	Granskad	KPMG	
beskriver	HEXPOL							7	8	9			12	13						basic materials	Fristående	Granskad	EY	
återfinns	HOLMEN						6	7	8	9			12	13	14	15	16			basic materials	Årsredovisn	Granskad	KPMG	
återfinns	ICAGRUPPEN		3			6	7	8				11	12	13	14	15	16			consumer services	Årsredovisn	Granskad	EY	
återfinns	INDUSTRIVÅRDEN																			Ej specifika mål	financials	Årsredovisn	Nej	PWC
återfinns	JM																			Ej specifika mål	financials	Årsredovisn	Nej	EY
återfinns	LOOMIS																			Ej specifika mål	industrials	Fristående	Nej	-
återfinns	LUNDIN MINING																			Ej specifika mål	basic materials	Fristående	Granskad	Bureau Veritas
återfinns	LUNDIN PETROL	1	3	4				8	9				12	13	14	15	17			oil & gas	Fristående	Nej	-	
återfinns	MTG				5															consumer services	Årsredovisn	Nej	KPMG	
återfinns	NCC		3					8	9	10	11	12	13			16	17			industrials	Årsredovisn	Nej	EY	
beskriver	NIBE						7	8	9		11	12			16					industrials	Årsredovisn	Nej	KPMG	
beskriver	NORDEA	1		4								10		13			17			financials	Fristående	Granskad	PWC	
återfinns	RATOS																			Ej specifika mål	financials	Årsredovisn	Nej	PWC
beskriver	SAAB			4	5				9				13		16					industrials	Årsredovisn	Nej	PWC	
beskriver	SANDVIK		3	4	5	6	7	8	9				12	13		16				industrials	Årsredovisn	Granskad	KPMG	
beskriver	SCA		3		5	6	7						12	13		15				consumer goods	Fristående	Granskad	EY	
beskriver	SEB							8	9				13		16					financials	Fristående	Granskad	PWC	
återfinns	SKF																			Ej specifika mål	industrials	Årsredovisn	Granskad	PWC
återfinns	SSAB																			Ej specifika mål	basic materials	Årsredovisn	Nej	PWC
återfinns	STORA ENSO																			Ej specifika mål	basic materials	Fristående	Granskad	Deloitte & Touche
återfinns	SWEDISH MATCH																			Ej specifika mål	consumer goods	Årsredovisn	Nej	KPMG
återfinns	SWEDISH ORPHAN BIO		3	4		6		8	9	10		12			16	17				health care	Årsredovisn	Nej	EY	
återfinns	TELE2																			Ej specifika mål	telecommunications	Hemsida	Nej	-
beskriver	TELIA		3	4		6		8	9				12	13		16				telecommunications	Årsredovisn	Granskad	Deloitte	
återfinns	TIETO																			Ej specifika mål	technology	Fristående	Granskad	PWC
beskriver	TRELLEBORG		2	3		6	7		9		11		13							industrials	Fristående	Granskad	PWC	
beskriver	VOLVO		3						9		11		13							industrials	Årsredovisn	Nej	PWC	
återfinns	WIHLBORGS																			Ej specifika mål	financials	Årsredovisn	Nej	Deloitte

FN:mål nr	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	Ej specifika mål
Antal bolag som anger målet	6	7	17	12	15	16	15	24	18	6	13	24	27	9	11	19	10	15

“-” indikerar att ingen oberoende granskning skett på en fristående rapport och att namn på granskare därmed inte kunnat anges

7.3 Bilaga 3 - Bolag som inte nämner FN:målen

Bolag där FN:målen i Agenda 2030 inte nämns i hållbarhetsredovisningen

Grupp	Bolag	FN:mål	Bransch	Fri/Års	Granskad av
återfinns inte	ATRIUM LJUNGBERG		financials	Årsredovisn	Nej EY
återfinns inte	AXIS		technology	Årsredovisn	Nej EY / Grant Thornton
återfinns inte	BALDER		financials	Årsredovisn	Nej PWC
återfinns inte	BETSSON		consumer services	Årsredovisn	Nej PWC
återfinns inte	COMHEM		telecommunications	Årsredovisn	Nej KPMG
återfinns inte	DOMETIC GROUP		consumer goods	Årsredovisn	Nej PWC
återfinns inte	GETINGE		health care	Årsredovisn	Nej PWC
återfinns inte	HEXAGON		technology	Årsredovisn	Nej EY
återfinns inte	HUFVUDSTADEN		financials	Årsredovisn	Nej KPMG
återfinns inte	HUSQVARNA		consumer goods	Fristående	Nej -
återfinns inte	INDUTRADE		industrials	Årsredovisn	Nej PWC
återfinns inte	INTRUM JUSTITIA		financials	Årsredovisn	Nej EY
återfinns inte	INVESTOR		financials	Årsredovisn	Granskad Deloitte
återfinns inte	KINDRED GROUP		consumer services	Årsredovisn	Nej PWC
återfinns inte	KINNEVIK		financials	Årsredovisn	Nej Deloitte
återfinns inte	KLÖVERN		financials	Fristående	Nej -
återfinns inte	LATOUR		financials	Årsredovisn	Nej PWC
återfinns inte	LIFCO		industrials	Årsredovisn	Nej PWC
återfinns inte	LUNDBERG		financials	Årsredovisn	Nej KPMG
återfinns inte	MELKER SCHÖRLING		financials	Årsredovisn	Nej PWC
återfinns inte	MILLICOM		telecommunications	Årsredovisn	Granskad EY
återfinns inte	NETENT		consumer services	Årsredovisn	Nej Deloitte
återfinns inte	NOBIA		consumer goods	Årsredovisn	Nej KPMG
återfinns inte	PANDOX		financials	Fristående	Nej KPMG
återfinns inte	PEAB		industrials	Årsredovisn	Nej KPMG
återfinns inte	RESURS		financials	Årsredovisn	Nej EY
återfinns inte	SECURITAS		industrials	Fristående	Nej -
återfinns inte	SKANSKA		industrials	Årsredovisn	Granskad EY
återfinns inte	SWECO		industrials	Årsredovisn	Nej PWC
återfinns inte	SWEDBANK		financials	Årsredovisn	Granskad Deloitte
återfinns inte	WALLENSTAM		financials	Årsredovisn	Nej Deloitte

"-" indikerar att ingen oberoende granskning skett på en fristående rapport och att namn på granskare därmed inte kunnat anges
 Pandox: materialet återfinns även i årsredovisningen, men inte på de sidor som varit föremål för extern granskning.

7.4 Bilaga 4 - Bolag listade på branch

Bolagen sorterade efter bransch, Nasdaq OMX egen indelning

Grupp	Bolag	FN:mål	Bransch	Fri/Års	Granskad av					
återfinns	BILLERUDKORSNÄS	8	basic materials	Årsredovisn	Granskad KPMG					
återfinns	BOLIDEN	5 6 7 8	basic materials	Årsredovisn	Granskad Deloitte					
beskriver	HEXPOL	7 8 9	basic materials	Fristående	Granskad EY					
återfinns	HOLMEN	6 7 8 9	basic materials	Årsredovisn	Granskad KPMG					
återfinns	LUNDIN MINING		Ej specifika mål	basic materials	Fristående	Granskad Bureau Veritas				
återfinns	SSAB		Ej specifika mål	basic materials	Årsredovisn	Nej PWC				
återfinns	STORA ENSO		Ej specifika mål	basic materials	Fristående	Granskad Deloitte & Touche				
Grupp	Bolag	FN:mål	Bransch	Fri/Års	Granskad av					
beskriver	AAK	1 2	8	12	15 16 17	consumer goods	Fristående	Nej		
återfinns	AUTOLIV	3				consumer goods	Årsredovisn	Nej	EY	
återfinns inte	DOMETIC GROUP					consumer goods	Årsredovisn	Nej	PWC	
beskriver	ELECTROLUX	2 3 4 5 6 7 8			12 13	consumer goods	Fristående	Granskad	PWC	
återfinns inte	HUSQVARNA					consumer goods	Fristående	Nej	-	
återfinns inte	NOBIA					consumer goods	Årsredovisn	Nej	KPMG	
beskriver	SCA	3 5 6 7			12 13 15	consumer goods	Fristående	Granskad	EY	
återfinns	SWEDISH MATCH					Ej specifika mål	consumer goods	Årsredovisn	Nej	KPMG
Grupp	Bolag	FN:mål	Bransch	Fri/Års	Granskad av					
återfinns	AXFOOD	1 2	5 6 8	12 13 14	16 17	consumer services	Fristående	Nej	-	
återfinns inte	BETSSON					consumer services	Årsredovisn	Nej	PWC	
beskriver	H&M	5 6 7 8			12 13	17	consumer services	Fristående	Granskad	EY
återfinns	ICAGRUPPEN	3	6 7 8	11 12 13 14 15 16		consumer services	Årsredovisn	Granskad	EY	
återfinns inte	KINDRED GROUP					consumer services	Årsredovisn	Nej	PWC	
återfinns	MTG	5				consumer services	Årsredovisn	Nej	KPMG	
återfinns inte	NETENT					consumer services	Årsredovisn	Nej	Deloitte	
Grupp	Bolag	FN:mål	Bransch	Fri/Års	Granskad av					
återfinns inte	ATRIUM LJUNGBERG					financials	Årsredovisn	Nej	EY	
återfinns inte	BALDER					financials	Årsredovisn	Nej	PWC	
återfinns	BONAFA	8	11 12 13	17		financials	Årsredovisn	Nej	EY	
återfinns	CASTELLUM	3 4 5 7	10 11 12 13	15 16		financials	Årsredovisn	Granskad	Deloitte	
återfinns	FABEGE					Ej specifika mål	financials	Årsredovisn	Granskad	Deloitte
beskriver	HANDELSBANKEN	5	8 9	11 13	16	financials	Fristående	Granskad	KPMG	
återfinns inte	HUFVUDSTADEN					financials	Årsredovisn	Nej	KPMG	
återfinns	INDUSTRIVÅRDEN					Ej specifika mål	financials	Årsredovisn	Nej	PWC
återfinns inte	INTRUM JUSTITIA					financials	Årsredovisn	Nej	EY	
återfinns inte	INVESTOR					financials	Årsredovisn	Granskad	Deloitte	
återfinns	JM					Ej specifika mål	financials	Årsredovisn	Nej	EY
återfinns inte	KINNEVIK					financials	Årsredovisn	Nej	Deloitte	
återfinns inte	KLÖVERN					financials	Fristående	Nej	-	
återfinns inte	LATOUR					financials	Årsredovisn	Nej	PWC	
återfinns inte	LUNDBERG					financials	Årsredovisn	Nej	KPMG	
återfinns inte	MELKER SCHÖRLING					financials	Årsredovisn	Nej	PWC	
beskriver	NORDEA	1 4	10	13	17	financials	Fristående	Granskad	PWC	
återfinns inte	PANDOX					financials	Fristående	Nej	KPMG	
återfinns	RATOS					Ej specifika mål	financials	Årsredovisn	Nej	PWC
återfinns inte	RESURS					financials	Årsredovisn	Nej	EY	
beskriver	SEB	8 9	13	16		financials	Fristående	Granskad	PWC	
återfinns inte	SWEDBANK					financials	Årsredovisn	Granskad	Deloitte	
återfinns inte	WALLENSTAM					financials	Årsredovisn	Nej	Deloitte	
återfinns	WIHLBORGS					Ej specifika mål	financials	Årsredovisn	Nej	Deloitte

"-" indikerar att ingen oberoende granskning skett på en fristående rapport och att namn på granskare därmed inte kunnat anges
Pandox: materialet återfinns även i årsredovisningen, men inte på de sidor som varit föremål för extern granskning.

7.4 fortsatt

Bolagen sorterade efter bransch, Nasdaq OMX egen indelning.

Grupp	Bolag	FN:mål	Bransch	Fri/Års	Granskad av
återfinns	ASTRAZENECA	3 4 5 6 7 8 9 12 13 15 16 17	health care	Fristående	Granskad Bureau veritas
återfinns	ELEKTA	3 5 8 12 16	health care	Årsredovisn	Nej PWC
återfinns inte	GETINGE		health care	Årsredovisn	Nej PWC
återfinns	SWEDISH ORPHAN BIO	3 4 6 8 9 10 12 16 17	health care	Årsredovisn	Nej EY
Grupp	Bolag	FN:mål	Bransch	Fri/Års	Granskad av
återfinns	ABB	3 4 5 6 7 8 9 11 12 13 16	industrials	Fristående	Granskad DNV GL
återfinns	AHLSELL		industrials	Årsredovisn	Nej KPMG
beskriver	ALFA LAVAL	2 6 7 11 13 14	industrials	Fristående	Nej
återfinns	ASSA ABLOY	6 8 9 11 12 13	industrials	Fristående	Nej
återfinns	ATLAS COPCO		industrials	Årsredovisn	Granskad Deloitte ab
återfinns	FINGERPRINT	5 8 12 13 16	industrials	Årsredovisn	Nej KPMG
återfinns inte	INDUTRADE		industrials	Årsredovisn	Nej PWC
återfinns inte	LIFCO		industrials	Årsredovisn	Nej PWC
återfinns	LOOMIS		industrials	Fristående	Nej -
återfinns	NCC	3 8 9 10 11 12 13 16 17	industrials	Årsredovisn	Nej EY
beskriver	NIBE	7 8 9 11 12 16	industrials	Årsredovisn	Nej KPMG
återfinns inte	PEAB		industrials	Årsredovisn	Nej KPMG
beskriver	SAAB	4 5 9 13 16	industrials	Årsredovisn	Nej PWC
beskriver	SANDVIK	3 4 5 6 7 8 9 12 13 16	industrials	Årsredovisn	Granskad KPMG
återfinns inte	SECURITAS		industrials	Fristående	Nej -
återfinns inte	SKANSKA		industrials	Årsredovisn	Granskad EY
återfinns	SKF		industrials	Årsredovisn	Granskad PWC
återfinns inte	SWECO		industrials	Årsredovisn	Nej PWC
beskriver	TRELLEBORG	2 3 6 7 9 11 13	industrials	Fristående	Granskad PWC
beskriver	VOLVO	3 9 11 13	industrials	Årsredovisn	Nej PWC
Grupp	Bolag	FN:mål	Bransch	Fri/Års	Granskad av
återfinns	LUNDIN PETROL	1 3 4 8 9 12 13 14 15 17	oil & gas	Fristående	Nej -
Grupp	Bolag	FN:mål	Bransch	Fri/Års	Granskad av
återfinns inte	AXIS		technology	Årsredovisn	Nej EY / Grant Thornton
beskriver	ERICSSON	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17	technology	Fristående	Granskad PWC
återfinns inte	HEXAGON		technology	Årsredovisn	Nej EY
återfinns	TIETO		technology	Fristående	Granskad PWC
Grupp	Bolag	FN:mål	Bransch	Fri/Års	Granskad av
återfinns ej	COMHEM		telecommunications	Årsredovisn	Nej KPMG
återfinns inte	MILLICOM		telecommunications	Årsredovisn	Granskad EY
återfinns	TELE2		telecommunications	Hemsida	Nej -
beskriver	TELIA	3 4 6 8 9 12 13 16	telecommunications	Årsredovisn	Granskad Deloitte

"-" indikerar att ingen oberoende granskning skett på en fristående rapport och att namn på granskare därmed inte kan anges

7.5 Bilaga 5 - Bolag med extern granskning

Bolagen med extern granskning på hållbarhetsredovisning

Grupp	Bolag	FN:mål																Bransch	Fri/Års	Granskad av			
återfinns	ABB	3	4	5	6	7	8	9	11	12	13	16		industrials	Fristående	Granskad	DNV GL						
återfinns	ASTRAZENECA	3	4	5	6	7	8	9	12	13	15	16	17		health care	Fristående	Granskad	Bureau veritas					
återfinns	ATLAS COPCO	Ej specifika mål																industrials	Årsredovisn	Granskad	Deloitte		
återfinns	BILLERUDKORSNÄS							8	12	13	14	15		basic materials	Årsredovisn	Granskad	KPMG						
återfinns	BOLIDEN					5	6	7	8	12	13	14	15		basic materials	Årsredovisn	Granskad	Deloitte					
återfinns	CASTELLUM	3	4	5	7				10	11	12	13	15	16		financials	Årsredovisn	Granskad	Deloitte				
beskriver	ELECTROLUX	2	3	4	5	6	7	8					12	13		consumer goods	Fristående	Granskad	PWC				
beskriver	ERICSSON	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17		technology	Fristående	Granskad	PWC
återfinns	FABEGE	Ej specifika mål																financials	Årsredovisn	Granskad	Deloitte		
beskriver	H&M	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17		consumer services	Fristående	Granskad	EY
beskriver	HANDELSBANKEN						5	8	9	11	13	16		financials	Fristående	Granskad	KPMG						
beskriver	HEXPOL							7	8	9				12	13		basic materials	Fristående	Granskad	EY			
återfinns	HOLMEN						6	7	8	9	12	13	14	15	16		basic materials	Årsredovisn	Granskad	KPMG			
återfinns	ICAGRUPPEN	3					6	7	8	11	12	13	14	15	16		consumer services	Årsredovisn	Granskad	EY			
återfinns inte	INVESTOR																	financials	Årsredovisn	Granskad	Deloitte		
återfinns	LUNDIN MINING	Ej specifika mål																basic materials	Fristående	Granskad	Bureau Veritas		
återfinns inte	MILLICOM																	telecommunications	Årsredovisn	Granskad	EY		
beskriver	NORDEA	1				4					10	13	17		financials	Fristående	Granskad	PWC					
beskriver	SANDVIK	3	4	5	6	7	8	9				12	13	16		industrials	Årsredovisn	Granskad	KPMG				
beskriver	SCA	3			5	6	7					12	13	15		consumer goods	Fristående	Granskad	EY				
beskriver	SEB							8	9				13	16		financials	Fristående	Granskad	PWC				
återfinns inte	SKANSKA																	industrials	Årsredovisn	Granskad	EY		
återfinns	SKF	Ej specifika mål																industrials	Årsredovisn	Granskad	PWC		
återfinns	STORA ENSO	Ej specifika mål																basic materials	Fristående	Granskad	Deloitte & Touche		
återfinns inte	SWEDBANK																	financials	Årsredovisn	Granskad	Deloitte		
beskriver	TELIA	3	4				6	8	9	12	13	16		telecommunications	Årsredovisn	Granskad	Deloitte						
återfinns	TIETO	Ej specifika mål																technology	Fristående	Granskad	PWC		
beskriver	TRELLEBORG	2	3				6	7	9	11	13		industrials	Fristående	Granskad	PWC							

FN:mål nr	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	Ej specifika mål
Antal bolag som anger målet	3	4	11	9	10	12	13	14	11	4	7	14	18	6	9	11	4	6

7.6 Bilaga 6 - Bolag utan extern granskning

Bolagen utan extern granskning på hållbarhetsredovisning

Grupp	Bolag	FN:mål nr															Bransch	Fri/Års	Granskad av
beskriver	AAK	1 2	8	12	15	16	17	Ej specifika mål							consumer goods	Fristående	Nej	-	
återfinns	AHLSELL															industrials	Årsredovisn	Nej	KPMG
beskriver	ALFA LAVAL	2	6	7	11	13	14	Ej specifika mål							industrials	Fristående	Nej	-	
återfinns	ASSA ABLOY		6	8	9	11	12	13	Ej specifika mål							industrials	Fristående	Nej	-
återfinns inte	ATRIUM LJUNGBERG															financials	Årsredovisn	Nej	EY
återfinns	AUTOLIV	3														consumer goods	Årsredovisn	Nej	EY
återfinns	AXFOOD	1 2	5	6	8	12	13	14	16	17	Ej specifika mål					consumer services	Fristående	Nej	-
återfinns inte	AXIS															technology	Årsredovisn	Nej	EY / Grant Thornton
återfinns inte	BALDER															financials	Årsredovisn	Nej	PWC
återfinns inte	BETSSON															consumer services	Årsredovisn	Nej	PWC
återfinns	BONAVA		8	11	12	13	17	Ej specifika mål							financials	Årsredovisn	Nej	EY	
återfinns inte	COMHEM															telecommunications	Årsredovisn	Nej	KPMG
återfinns inte	DOMETIC GROUP															consumer goods	Årsredovisn	Nej	PWC
återfinns	ELEKTA	3	5	8	12	16	Ej specifika mål							health care	Årsredovisn	Nej	PWC		
återfinns	FINGERPRINT		5	8	12	13	16	Ej specifika mål							industrials	Årsredovisn	Nej	KPMG	
återfinns inte	GETINGE															health care	Årsredovisn	Nej	PWC
återfinns inte	HEXAGON															technology	Årsredovisn	Nej	EY
återfinns inte	HUFVUDSTADEN															financials	Årsredovisn	Nej	KPMG
återfinns inte	HUSQVARNA															consumer goods	Fristående	Nej	-
återfinns	INDUSTRIVÅRDEN															financials	Årsredovisn	Nej	PWC
återfinns inte	INDUTRADE															industrials	Årsredovisn	Nej	PWC
återfinns inte	INTRUM JUSTITIA															financials	Årsredovisn	Nej	EY
återfinns	JM															financials	Årsredovisn	Nej	EY
återfinns inte	KINDRED GROUP															consumer services	Årsredovisn	Nej	PWC
återfinns inte	KINNEVIK															financials	Årsredovisn	Nej	Deloitte
återfinns inte	KLÖVERN															financials	Fristående	Nej	-
återfinns inte	LATOUR															financials	Årsredovisn	Nej	PWC
återfinns inte	LIFCO															industrials	Årsredovisn	Nej	PWC
återfinns	LOOMIS															industrials	Fristående	Nej	-
återfinns inte	LUNDBERG															financials	Årsredovisn	Nej	KPMG
återfinns	LUNDIN PETROL	1 3 4	8	9	12	13	14	15	17	Ej specifika mål					oil & gas	Fristående	Nej	-	
återfinns inte	MELKER SCHÖRLING															financials	Årsredovisn	Nej	PWC
återfinns	MTG	5														consumer services	Årsredovisn	Nej	KPMG
återfinns	NCC	3	8	9	10	11	12	13	16	17	Ej specifika mål					industrials	Årsredovisn	Nej	EY
återfinns inte	NETENT															consumer services	Årsredovisn	Nej	Deloitte
beskriver	NIBE		7	8	9	11	12	16	Ej specifika mål							industrials	Årsredovisn	Nej	KPMG
återfinns inte	NOBIA															consumer goods	Årsredovisn	Nej	KPMG
återfinns inte	PANDOX															financials	Fristående	Nej	KPMG
återfinns inte	PEAB															industrials	Årsredovisn	Nej	KPMG
återfinns	RATOS															financials	Årsredovisn	Nej	PWC
återfinns inte	RESURS															financials	Årsredovisn	Nej	EY
beskriver	SAAB	4 5	9	13	16	Ej specifika mål							industrials	Årsredovisn	Nej	PWC			
återfinns inte	SECURITAS															industrials	Fristående	Nej	-
återfinns	SSAB															basic materials	Årsredovisn	Nej	PWC
återfinns inte	SWECO															industrials	Årsredovisn	Nej	PWC
återfinns	SWEDISH MATCH															consumer goods	Årsredovisn	Nej	KPMG
återfinns	SWEDISH ORPHAN BIO	3 4	6	8	9	10	12	16	17	Ej specifika mål					health care	Årsredovisn	Nej	EY	
återfinns	TELE2															telecommunications	Hemsida	Nej	-
beskriver	VOLVO	3	9	11	13	Ej specifika mål							industrials	Årsredovisn	Nej	PWC			
återfinns inte	WALLENSTAM															financials	Årsredovisn	Nej	Deloitte
återfinns	WIHLBORGS															financials	Årsredovisn	Nej	Deloitte

	FN:mål nr	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	Ej specifika mål
Antal bolag som anger målet		3	3	6	3	5	4	2	10	7	2	6	10	9	3	2	8	6	9

*- Indikerar att ingen oberoende granskning skett på en fristående rapport och att namn på granskare därmed inte kan anges
Pandox: materialet återfinns även i årsredovisningen, men inte på de sidor som varit föremål för extern granskning.

7.7 Bilaga 7 - Exempel på teman från läsningarna

Exempel på hur teman uppstod under andra och tredje genomläsningen:

Bolag	Tema	Meningsbärande	Mening
H&M	Välkomna Samarbete I linje med	Välkomna Samarbete Hållbarhetsstrategi Aligned with	"We welcome this collaborative approach and, as you can see below, our sustainability strategy is well aligned with the SDG goals", sid 116.
H&M	VD-ord	Välkomna Samarbete	"This is why we very much welcome the collaborative focus within the UN Sustainable Development Goals (SDGs) and the SDG Agenda", sid 8, VD-ord.
H&M	Medarbetare	Rättvisa jobb Mänskliga rättigheter	"What's more, fair jobs respect people's human rights and enable their advancement in line with the UN's Sustainable Development Goals", sid 74.
H&M	I linje med Framework Strategi Samarbete VD-ord	Aligned with Ansträngningar Klimatförändringar Ramverk Strategier Contribute	"Our sustainability priorities are aligned with the SDGs and aim to mobilise efforts to end poverty, fight inequalities and tackle climate change, see more on p. 117. The SDG Agenda provides a good framework when designing strategies going forward and finding new collaborations. We contribute to several of the SDGs, for example, through our circular approach and efforts to close the loop on textiles (SDG 12)", sid 8 VD-ord.
H&M	I linje med	In line with	"Our efforts to improve working conditions in the countries where our products are made is also in line with the SDG Agenda (SDG 8)", sid 9
H&M	Urval Bild finns	Key SDGs	"Given our business activities, these are the key SDGs to which our sustainability strategy contributes" sid 117.
H&M	Beskrivande exempel Bidra	Contribute	"A circular approach will also help us build more efficiency into our current system and it will increase the value of our products, both because it removes the increasingly unpredictable cost of extracting resources and because it means we can reuse and upcycle products. While at the same time contribute to responsible consumption and production (SDG12)", sid 37.

7.8 Bilaga 8A - Exempel på anteckningar från läsningarna

Exempel på anteckningar och hur bolagen grupperades vid **första** genomläsningen:
Dessa grupper justerades vid andra/tredje läsningen - se bilaga 8C för slutgiltig lista.

Bolag	Grupp	Kommentar	Exempel (sida i hållbarhetsrapport)
AAK	Beskriver	avser delmål 12.3, att minska matsvinnet.	"Genom innovativa vegetabiliska oljor och fetter samt genom vårt koncept med produktutveckling i nära samarbete med kunderna fokuserar AAK bland annat på att utveckla lösningar som ger produkterna längre hållbarhet", sid 9.
ABB	Beskriver		"In 2016, we conducted further internal and external consultation to refine our approach. As a result, we determined that the most material SDGs for ABB are SDG 7 Access to energy for all, SDG 9 Sustainable industrialization, SDG 13 Climate change action and SDG 8 Decent work and economic growth. In this report, we have explicitly linked the ABB sustainability objectives with the relevant SDGs in our Performance against targets dashboard, to demonstrate ABB's contributions" sid 33.
Lundin Petroleum	Återfinns	"I linje med"	Under avsnitt Health and Safety, sid 18 "alignment with the SDGs, Goal 3, promote health and well-being".
Ratos	Återfinns	Otydlig koppling mellan egen hållbarhetsagenda och hållbarhetsmålen.	"Som ansvarsfull ägare skapar Ratos värde genom att bygga bolag med en strukturerad hållbarhetsagenda. Ratos ser att ett strategiskt förankrat arbete med väsentliga hållbarhetsfrågor är värdeskapande. Vidare är hållbar utveckling en förutsättning för en bättre värld, i linje med FN:s 17 globala hållbarhetsmål som antogs 2016 (Agenda 2030)", sid 15.
Wihlborgs	Återfinns (med önskan om framtid).	Flytta fram vår position.	"Wihlborgs får återkommande förfrågningar kring olika typer av miljödata från olika intressentgrupper som investerare, ideella organisationer och hyresgäster. Därför är det viktigt att ha ambitiösa mål och en transparens inom hållbarhetsområdet. Våra intressenter söker också en dialog om Wihlborgs engagemang, kompetens och innovationskraft i klimatfrågan. Det finns också ett ökat intresse för Wihlborgs roll i värdekedjan och hur vi prioriterar och säkerställer att vi bidrar till FN:s globala hållbarhetsmål", sid 61. "Att bidra till minskad klimatpåverkan i vår verksamhet och i värdekedjan är Wihlborgs viktigaste miljöutmaning. Med ledning av de globala klimatmål som lyftes fram på COP21 i Paris och via FN:s hållbarhetsmål (Agenda 2030) kommer vi att flytta fram vår position inom detta område", sid 64.

7.8 Bilaga 8B - Exempel på anteckningar från läsningarna

*Exempel på vad som antecknades vid **andra** genomläsningen:*

Beskriver målen (individuellt förklarade mål, alltså ej generellt alla målen tillsammans)
AAK, Alfa Laval, Electrolux, Ericsson, Hexpol, H&M, NIBE, Nordea, SAAB, Sandvik, SCA, SEB, Trelleborg, Volvo, BILD = symbolbild av mål (hela, nr)

AAK: Beskriver både målen (sid 9) och hur de bidrar för att uppnå delmålen + bild

Alfa Laval: Beskriver (återfinns som ett exempel på hur de bidrar till att man kan nå målen sid 44), i deras hållbarhetsrapport beskriver de fler mål, vd-ord, bild

Electrolux: Beskriver mål 8, 12, 13, återfinns dock fler mål, sid 55, bildlista, välkomnar målen, särskilt mål 12 beskrivs som mest relevant, kopplat målen till gri-index + un global compact, bild

Ericsson: Beskriver, sid 4-5 (egna exempel, men kanske på gräns till bara återfinns?) bild

Hexpol: Beskriver (sid 15), länkar till omvärlden sid 11, stakeholders, väsentlighet, suppliers, beskriver målen utifrån mål-objective-status och trend för om målen kan uppnås - ingen bild över målen, beskriver med egna ord EJ BILD "som globalt bolag förväntar sig samhället att vi tar och hjälper till" sid 12

H&M: Beskriver (utförligt vad de gör för målen), sid 117, välkomnar målen betoning på samarbeten sid 8, fair jobs i linje med fn:målen sid 74, sid 96, hur företagets verksamhet bidrar till följande, sid 116, listar sina tre ambitioner och länkar till målen, både direkt, men också genom samarbeten och indirekt. bild

NIBE: Beskriver, sid 25, beskriver mål och åtaganden bild

Nordea: Beskriver hur de arbetar med målen, sid 34+36, vd-ord bild

SAAB: Beskriver, sid 51, hur de påverkar och kan arbeta med målen bild

Sandvik: Beskriver, sid 143, beskriver målen, samt hur de påverkar målen bild

SCA: Beskriver, årsredovisningen: anslutit till CE100, kan komma påverka mål nr 12 och mål nr 13, vilka ej beskrivs mer än att de återfinns sid 21, släppte en annan rapport Hygiene Matters, vilken har tydlig koppling till målen enligt sid 5, hållbarhetsredovisningen, mål 3, 5, 6, 12 beskrivs något vagt + bild av målen sid 5, mål 7, 13, 15 beskrivs mer (sid 9)

SEB: Beskriver hur de ansluter till målen och gör för att uppnå dem, sid 7, vd-ord bild

Trelleborg: Beskriver, sid 25-26-27 (osäker på hur mkt, kanske bara att de återfinns) bild

Volvo: Beskriver, sid 65-66 målen och hur bolaget arbetar med dem (på gränsen till återfinns) bild

Framtid - Ett tema?

Ahlsell, Atlas Copco, Castellum, Fingerprint, Ica gruppen, Handelsbanken, Lundin Mining, MTG, SSAB, Stora Enso, Tieto, Wihlborgs,

Ahlsell: Framtid, nya mål skapade utifrån fn-målen, sid 22

Atlas Copco: framtid, sid 132+135

Castellum: framtid, en första mappning gjord sid 36, de har valt ut många mål att arbeta med, men ska integreras i verksamheten under 2017

Fingerprint: framtiden mer, återfinns, sid 15, målen beskrivs inte direkt, men de har kopplat målen till verksamheten

Ica: framtid sid 26, Målen beskrivs inte, men återfinns som hänvisningar (målnr) i gri-index

Handelsbanken: framtid gjort en väsentlighetsanalys och ska fokusera på att få in sex av målen i verksamheten, sid 40, beskriver målen som helhet men inte varje mål eller hur de bidrar till att uppnå mål

Lundin Mining: framtid sid 2+3

MTG: framtid (sid 7), dock anslutit till fn-mål nr 5 men beskriver inte riktigt

SSAB: framtid (vd-ord, nätverk, MEN de redovisar på hemsidan nu)

Stora Enso: framtid sid 4

Tieto: framtid, sid 22 (återfinns som kundmedvetenhet)

Wihlborgs: framtid sid 64, svag koppling, sid 61

7.8 Bilaga 8C - Exempel på anteckningar från läsningarna

Slutlig uppdelning i grupper gjord vid **tredje** genomläsningen:

Beskriver: (16 bolag)

AAK, Alfa Laval, Electrolux, Ericsson, H&M, Handelsbanken, Hexpol, NIBE, Nordea, SAAB, Sandvik, SCA, SEB, Telia, Trelleborg, Volvo.

Återfinns: (32 bolag)

ABB, Ahlsell, Assa Abloy, Atlas Copco, AstraZeneca, Autoliv, Axfood, BillerudKorsnäs, Boliden, Bonava, Castellum, Elekta, Fingerprint, Faberge, Holmen, Ica, Industrivärden, JM, Loomis, Lundin Mining, Lundin Petroleum, MTG, NCC, Ratos, SKF, SSAB, Stora Enso, Swedish Match, Swedish Orphan Biovitrum, Tele2, Tieto, Wihlborgs.

Återfinns inte (31 bolag)

Atrium Ljungberg, Axis, Balder, Betsson, ComHem, Dometic, Getinge, Hexagon, Hufvudstaden, Husqvarna, Indutrade, Intrum Justitia, Investor, Kindred, Kinnevik, Klöver, Latour, Lifco, Lundberg, Melker Schörling, Millicom, Netent, Nobia, Pandox, Peab, Resurs, Securitas, Skanska, Sweco, Swedbank, Wallenstam.

Skillnad mot tidigare uppdelning (uppdelning 2) - Under andra respektive tredje läsningen har HELA årsredovisningen lästs, inte bara kapitlen om hållbarhet.

*Efter tredje läsningen av de rapporter där fynd gjordes första läsningen: Telia & Handelsbanken har bytt grupp från "återfinns" till "beskriver", Assa Abloy och AstraZeneca ligger på gränsen mellan återfinns o beskriver (listas i "återfinns" pga de inte har listat **egna exempel** vilket alla andra bolag i kategorin "beskriver" har gjort).*

Industrivärden och JM (alla rapporter där inga tidigare fynd återfanns lästes en andra gång) tillkom på "återfinns". För JM återfanns FN:målen i VD-ordet vilket inte lästes första gången då endast hållbarhetsdelen lästes.