



**UNIVERSITY OF GOTHENBURG**  
**SCHOOL OF BUSINESS, ECONOMICS AND LAW**

## **Koldioxidredovisning inom Byggsektorn**

*En analys av hur företag inom byggsektorn redovisar koldioxidutsläpp med fokus  
på impression management och jämförbarhet*

Kandidatuppsats inom Företagsekonomi med inriktning redovisning  
Höstterminen 2023

**Författare:** Charlotta Linger & Alexander Sager

**Handledare:** Lana Sabelfeld

## Förord

*Detta kandidatarbete är gjort inom företagsekonomi med fokus på redovisning och hållbarhet. Vi vill rikta ett stort tack till vår handledare Lana Sabelfeld för hennes goda engagemang, stöttning och vägledning under arbetets gång. Denna studie har gett oss mer djupgående kunskap inom hållbarhetsredovisning, såväl på nationell som internationell nivå. Vi har lärt oss att kritiskt granska information som återfinns i års- och hållbarhetsredovisningar, men också andra dokument framtagna av företag, på ett mer ingående sätt genom att analysera användning av impression management.*

*Slutligen vill vi också rikta ett tack till vår seminariegrupp som har kommit med givande och utvecklande inspel under arbetet.*

*Tack!*

*/Charlotta Linger & Alexander Sager*

## Sammanfattning

**Titel:** Koldioxidredovisning inom Byggsektorn: En analys av hur företag inom byggsektorn redovisar koldioxidutsläpp med fokus på impression management och jämförbarhet

**Författare:** Charlotta Linger och Alexander Sager

**Handledare:** Lana Sabelfeld

**Kurs:** Redovisning kandidatuppsats, 15 hp, höstterminen 2023

**Bakgrund & Problematisering:** Klimatpåverkan är idag ett aktuellt ämne i samhället och därmed ökar efterfrågan på att företag skall rapportera sina koldioxidutsläpp. Tyvärr finns det brister i de aktuella ramverken för redovisningen vilket har resulterat i ökad möjlighet till användning av olika impression management-strategier för att förbättra hållbarhetsredovisningens utseende i förhållande till det faktiska resultatet. Tidigare forskning visar att användandet av impression management-strategier förekommer i finansiella rapporter samt att det finns stora brister i företagens hållbarhetsredovisningar kring koldioxidutsläpp. Även granskningsorgan och andra aktörer påpekar brister och problematik i företagens redovisning av koldioxidutsläpp.

**Syfte:** Syftet med denna studie är att kartlägga och analysera redovisningen av koldioxidutsläpp inom byggbranschen i Sverige med fokus på hur stora byggbolag formulerar, mäter och redovisar sina mål kring koldioxidutsläpp. Genom att analysera vad och hur koldioxidutsläpp redovisas i byggföretag, ämnar studien också att undersöka om (och hur) impression management används i denna redovisning, samt om den redovisade informationen är jämförbar mellan företag.

**Metod:** I studien har en kvalitativ metod använts i form av en dokumentstudie, som är särskilt lämpad vid granskning av årsredovisningar. Dokumenten som har granskats är offentliga handlingar i form av årsredovisningar för företag inom branschen. För analys av dokumenten har en kvalitativ innehållsanalys genomförts, vilket har gett underlag till den empiriska delen. Detta underlag har sedan diskuterats innan studien nådde fram till en slutsats.

**Resultat & Slutsats:** Vi har tydligt kunnat se att företagen använder sig av olika impression management-strategier när de rapporterar om sina koldioxidutsläpp i hållbarhetsredovisningen. Något som gör att trovärdigheten och transparensen i rapporteringen bör ifrågasättas. Jämförelsen av företagens prestationer visas också vara problematisk, mycket till stor del följt av företagens användande av impression management.

**Nyckelord:** Koldioxidutsläpp, Utsläppsmål, CO<sub>2</sub>-utsläpp, Klimatpåverkan, Scope Hållbarhetsrapportering, impression management, GHG-Protocol, Greenhouse Gas protocol

## Abstract

**Titel:** Carbon Accounting in the Construction Sector: an analysis of how companies in the construction sector report carbon emissions with a focus on impression management and comparability

**Authors::** Charlotta Linger and Alexander Sager

**Supervisor:** Lana Sabelfeld

**Course:** Accounting, Degree Project, Undergraduate level, 15 University Credit Points, autumn term 2023

**Introduction:** Climate impact is a current issue in society, thus increasing the demand for companies to report their carbon emissions. Unfortunately, there are gaps in the existing frameworks for reporting, resulting in increased use of various impression management strategies to improve the appearance of sustainability reporting compared to the actual results. Previous research shows impression management strategies in financial reports and significant shortcomings in companies' sustainability reporting on carbon emissions. Regulatory bodies and other actors also point out deficiencies and problems in companies' reporting of carbon emissions.

**Purpose:** This study aims to map and analyze the reporting of carbon emissions within the construction industry in Sweden, focusing on how large construction companies formulate, measure, and report their goals regarding carbon emissions. By analyzing what and how carbon emissions are reported in construction companies, the study also aims to investigate whether (and how) impression management is used in this report, as well as whether the reported information is comparable between companies.

**Method:** The study uses a qualitative method in the form of a document study, which is particularly suitable for reviewing annual reports. The documents reviewed are public documents in the form of annual reports for companies in the industry. A qualitative content analysis is carried out to analyze the documents, which provides a basis for the empirical part. This basis will then be discussed before the study is concluded.

**Conclusion:** It is clear that companies use various impression management strategies in sustainability reports when reporting their carbon emissions. This makes the credibility and transparency of the reporting questionable. Comparing companies' performances is also problematic, mainly due to impression management.

**Key Words:** Carbon emissions, Emission targets, CO<sub>2</sub> emissions, Climate impact, Scope ESG accounting, Impression Management, GHG-Protocol, Greenhouse Gas protocol

## Innehållsförteckning

Sammanfattning	3
Abstract	4
1. Bakgrundsbeskrivning	6
1.2 Problemdiskussion	7
1.3 Problem och syfte	8
2. Teoretisk referensram	9
2.1 Reglering av redovisningen gällande koldioxidutsläpp	9
2.2 Mål relaterade till koldioxidutsläpp	10
2.3 Impression management – ett teoretiskt perspektiv	11
2.3.1 Strategier inom Impression management	11
2.4 Tidigare forskning	12
2.4.1 Koldioxidredovisning	12
2.4.2 Användning av impression management i hållbarhetsredovisning	13
2.5 Analysmodell	14
3. Metod och datainsamling	16
3.1 Val av företag	16
3.2 Val av metod	16
3.2.1 Val av dokument	17
3.3 Analysmetod	18
3.3 Metoddiskussion	19
4. Empiri och Analys	20
4.1 Användning av ramverk för redovisning av koldioxidutsläpp?	20
4.2 Prestation i förhållande till utsläppsmål	20
4.2.1 Skanska	21
4.2.2 NCC	21
4.2.3 Peab	22
4.3 Impression management inom redovisningen av koldioxidutsläpp	24
4.3.1 NCC	24
4.3.2 Peab	27
4.3.3 Skanska	31
4.4 Jämförbarhet mellan företagen	35
5. Diskussion och slutsats	37
5.1 Diskussion	37
5.2 Slutsats och studiens bidrag	40
5.5 Förslag till framtida studier och forskning	40
5.6 Studiens begränsningar	41
Källförteckning	42
Bilaga 1 - Checklista vid analys och granskning av dokument	48

## 1. Bakgrundsbeskrivning

---

*I denna del presenteras en kort bakgrund till undersökningsområdet samt en inledning för problemområdet och vad syftet med undersökningen är.*

---

Miljömässig hållbarhetsredovisning har fått en växande betydelse inom samhället och har blivit ett fokusområde för ett stort antal företag under det senaste decenniet. Detta i takt med att företags miljöpåverkan och hållbarhetsansvar har blivit alltmer framträdande i det globala samhället (Bebbington m. fl., 2021). Bebbington m. fl. (2021) belyser att hållbarhetsredovisning gör att företags rapportering inte längre enbart belyser finansiell prestation, utan att företag nu också, i allt högre utsträckning kommunicerar sina miljömässiga ansvar och prestationer till en bredare publik, inklusive investerare, konsumenter och policyutvecklare.

Standarder och direktiv såsom GRI och EU:s NFRD-direktiv spelar en central roll i att styra hur företag rapporterar sin miljöpåverkan (Marton m. fl., 2022 och Johansen, 2016). GRI är en standard för hur hållbarhetsredovisning *kan* upprättas, men denna standard är frivillig att tillämpa (Marton m.fl., 2022). Vad det gäller EU:s direktiv 2014/95/EU (NFRD), så har detta tagits fram för att skapa relevans och jämförbarhet mellan större företag (Marton m.fl., 2022). Detta direktiv berör företag inom EU med fler än 500 anställda och innehåller ramverk för hur hållbarhetsredovisning *skall* upprättas. Samtidigt är detta direktiv dock mer flexibelt jämfört med den traditionella finansiella redovisningen och lämnar således utrymme för tolkning (Johansen, 2016). Denna flexibilitet är något som har lyfts som problematiskt i forskning av Hartmann m.fl. (2013), Kasperzak m.fl. (2023) och Diouf & Boiral (2017), som belyser behovet av tydligare riktlinjer och standarder för att säkerställa att hållbarhetsrapporteringen är tillförlitlig och jämförbar. Denna problematik bekräftas också av (Jones, 2011) som menar att även om företagen följer lagar och standarder har de viss frihet i hur denna redovisning kan upprättas. Detta öppnar upp för risken att företag kan välja att framställa information på ett sätt som framhäver positiva prestationer och undviker att belysa områden där de inte presterar lika bra. För intressenter, såsom aktieägare och kunder, men också samhällsmedlemmar i stort, är denna rapportering av stor betydelse. Detta då företagens förmåga att rapportera sina hållbarhetsinsatser kan vara en påverkande faktor vad gäller exempelvis beslut om investeringar, köpbeslut och hur varumärket uppfattas (Finansinspektionen, 2020).

Inom hållbarhetsredovisning finns området klimatpåverkan och koldioxidrapportering som har en stark koppling till både EU:s klimatmål Agenda 2030 och Parisavtalet. (Globala målen, 2018). Detta gör denna del av hållbarhetsredovisningen högst relevant för samhället i stort. För att underlätta rapporteringen av koldioxidutsläpp finns GHG-Protocol, som ger ut standarder för hur företag kan rapportera både direkta och indirekta utsläpp (Greenhouse Gas Protocol, 2016). Inom detta breda fält av hållbarhetsredovisning spelar byggsektorn en kritisk roll. Denna sektor är en av de största källorna till växthusgasutsläpp och energianvändning, vilket framhävs av Naturvårdsverket (2023) och Boverket (2023). Därför är förståelsen av hur byggföretag hanterar och rapporterar sin miljöpåverkan, särskilt koldioxidutsläpp, av stor vikt. Medan storbolagen inom denna sektor ofta tar ledningen i att införa hållbarhetsinitiativ, kan det finnas skillnader i hur dessa företag väljer att rapportera sådana insatser i årsredovisningen, som är ett företags primära verktyg för kommunikation med aktieägare och

andra intressenter (Merkl-Davies & Brennan, 2007). Variationen som finns kring hur företag väljer att upprätta sin hållbarhetsredovisning kan bero på att det är ett växande och komplext område, där praktiken dels är reglerad av lagar och dels frivillig. Något som innebär en stor frihet kring rapporteringens utformning (Rimmel, 2020).

Framstegen inom området reflekterar även en ökande medvetenhet om vikten av att hantera miljöfrågor på ett transparent och ansvarsfullt sätt. Forskningen inom detta område har belyst komplexiteten och utmaningarna med att uppnå både noggrannhet och transparens i hållbarhetsredovisning. Diouf & Boiral (2017) har påpekat att det finns ett behov av att noggrant granska användningen av impression management-strategier inom hållbarhetsredovisningen, där företag kan manipulera presentationen av sin miljöpåverkan för att skapa en mer positiv bild av sina prestationer.

## 1.2 Problemdiskussion

Det råder en växande skepticism mot hur företag väljer att presentera sin miljöpåverkan. Trots att krav på transparens och tillförlitlighet i hållbarhetsrapporteringen ökar, finns det en utbredd kritik kring rapporternas kvalitet (Diouf & Boiral, 2017). Idag finns det olika ramverk som företag kan använda sig av vid rapportering av hållbarhet och flera standarder som bland annat GRI ger utrymme för tolkningsutrymme för företagen vilket medför att företagen själva kan anpassa sina rapporter för att det ska se bättre ut för läsaren. Detta medför att jämförbarheten ifrågasätts och enligt Finansinspektionen finns ett starkt behov av tydligare reglering för att rapporterna ska vara tillförlitliga (2020). De ifrågasätts också om rapporterna verkligen speglar verkligheten eller om de innehåller impression management strategier för att ge intressenternas ett särskilt intryck av företagets prestationer (Jones, 2011).

Impression management är ett begrepp som kan översättas till intryckshantering och handlar om att medvetet eller omedvetet försöka kontrollera människors uppfattning. Impression management innefattar olika strategier som val av språk, ord, bilder och grafer som kan användas i rapporter för att vinkla rapporterna så att läsaren får den uppfattning som företaget vill. Ytterligare problematik omfattar användningen av hållbarhetsredovisning som ett marknadsföringsmedel för att öka intresset hos intressenterna och för att leva upp till samhällets förväntningar (Talbot & Boiral, 2018). Om syftet med miljömässiga rapporter blir mer inriktat på image och inte stämmer överens med verkligheten att minska sin klimatpåverkan, ifrågasätts företagets nytta av arbetet mot klimatförändringar. Problematiken att tolka och förstå hur det går för företag genom att läsa deras hållbarhetsrapporter förstärks när företag använder impression management för att manipulera redovisningen och rapporteringen (Jones, 2011), vilket kan göra det svårt för läsaren att förstå och jämföra företagets framsteg och faktiska klimatpåverkan.

Tidigare forskning lyfter problematiken att tolka och förstå företagets hållbarhetsredovisningar vilket ger ett ökat behov att kartlägga hur företag rapporterar sina koldioxidutsläpp. Forskningen visar också att det används olika impression management strategier i årsredovisningar och det finns forskningsfrågor för hur de används i själva hållbarhetsredovisningar. Utifrån detta kunskapsgap gällande djupare förståelse för hur företagen hållbarhetsrapporterar med inriktning på koldioxidutsläpp behöver mer

kartläggning och analys genomförs. Det tvivel som finns kring att rapporteringen inte speglar verkligheten och risken för att rapporterna är manipulerade av olika impression management-strategier behöver också analyseras, något som denna studie ämnar att göra.

### 1.3 Problem och syfte

Syftet med denna studie är att kartlägga och analysera redovisningen av koldioxidutsläpp inom byggbranschen i Sverige med fokus på hur stora byggbolag formulerar, mäter och redovisar sina mål kring koldioxidutsläpp. Genom att analysera vad och hur koldioxidutsläpp redovisas i byggföretag, ämnar studien också att undersöka om (och hur) impression management används i denna redovisning, samt om den redovisade informationen är jämförbar mellan företag. Detta leder till följande frågeställningar:

- Hur redovisas prestationen relaterad till utsläppsmål i byggbranschen?
- Vilka impression management-strategier används vid redovisningen av koldioxidutsläpp i byggbranschen?
- Hur ser jämförbarheten ut mellan byggbolagens sätt att redovisa mål och prestation gällande koldioxidutsläpp?



## 2. Teoretisk referensram

---

*I denna delen presenteras undersökningens referensram som ligger till grund för empirin och analysen. Referensramen beskriver de områden och teorier som används i undersökningen och ger läsaren en inblick i bland annat reglering inom hållbarhet, koldioxidutsläpp och impression management.*

---

### 2.1 Reglering av redovisningen gällande koldioxidutsläpp

I Sverige regleras företags hållbarhetsrapportering av lagkrav enligt ÅRL 6 Kap. Trots att uppräta hållbarhetsredovisning för närvarande är frivillig för företag, finns det lagstadgade krav för företag av en viss storlek att rapportera och lämna hållbarhetsupplysningar (ÅRL 6 Kap, FAR 2023). När det gäller själva hållbarhetsredovisningen är den frivillig för företagen och inte ett lagkrav. Företagen har flexibilitet i att välja mellan olika ramverk för hållbarhetsredovisning, och GRI-standarden (Global Reporting Initiative) är en av de mest använda standarderna inom den frivilliga redovisningen av hållbarhet. GRI-standarden, introducerad 2016 och senare uppdaterad under 2021, strävar efter att täcka hela hållbarhets spektrumet och ställer nu högre krav på transparens kring företagens påverkan på miljö, människor och ekonomi, inklusive ökade krav på rapportering av mänskliga rättigheter och due diligence (GRI, 2021; Kanton, 2021).

Inom hållbarhetsområdet miljö ligger klimatpåverkan och här finns separata standarder för redovisning och mätning av koldioxidutsläpp, där Greenhouse Gas Protocol (2015) är ett ramverk som företag kan följa. Detta ramverk delar upp koldioxidutsläppen i tre olika Scopes: Scope 1 för direkt utsläpp, Scope 2 för indirekt utsläpp vilket är de utsläpp som kommer från inköpta tjänster och Scope 3 för övriga indirekta utsläpp som företaget orsakar, men inte själva har direkt kontroll över (PWC, (u.å.-b).

Ett viktigt steg i regleringen av hållbarhetsredovisning gjordes på EU-nivå i form av ett direktiv för icke-finansiell rapportering (NFRD) från EU 2014/95/EU. NFRD kräver att alla företag som noterats på en reglerad marknad skall ha hållbarhetsredovisa (Sveriges Riksdag, 2021). Direktivet har implementerats i den svenska årsredovisningslagen (ÅRL) där i Kap 6 §10 finns krav från den svenska lagstiftningen att större bolag som uppfyller kraven enligt ÅRL har hållbarhets skyldighet i Sverige (SFS 1995:1554). Forskare kallar direktivet för ”smart reglering” (Johansen, 2016) eftersom formuleringarna av krav är abstrakta och flexibla.

Problematiken kring frivillig hållbarhetsrapportering diskuteras av Finansinspektionen och PwC (u.å.-b), som påpekar svårigheterna med att jämföra företags koldioxidutsläpp och den bristande jämförbarheten över tid. De understryker även att hållbarhetsrapporteringen för närvarande befinner sig på en låg mognadsnivå med låg validitet och reliabilitet, vilket ställer frågor om dess användbarhet som beslutsunderlag (Finansinspektionen, 2020).

## 2.2 Mål relaterade till koldioxidutsläpp

### Parisavtalet

Parisavtalet är ett avtal vars långsiktiga mål är att minska klimatförändringarna genom att minska koldioxidutsläppen. Parisavtalet kom till under 2015 och alla länder som har anslutit sig till avtalet har skyldighet att rapportera. Sverige är ett av de länder som har anslutit sig till avtalet medför att de företagen i Sverige som hållbarhetsrapporterar har krav på sig att rapportera sina koldioxidutsläpp. De svenska företagen som rapporterar sina koldioxidutsläpp skall också följa de mål som Parisavtalet har satt upp. Sverige rapporterar till UNFCCC- den globala klimatkonventionen, sina resultat av koldioxidutsläpp och deras strategi för hur de skall bidra till att nå de uppsatta målen (United Nations Climate Change, 2023).

### Agenda 2030

Agenda 2030 omfattar de globala hållbarhetsmålen som antogs av FN:s medlemsstater 2015. Syftet med agenda 2030 är att vägleda värden mot en mer hållbar och rättvis framtid (Regeringskansliet, u.å.-c). De globala målen innehåller 17 olika områden och idag tar flera av de större bolagen i med tre till fyra mål i sitt hållbarhetsarbete som företagen fokuserar extra mycket på. Ett av de 17 målen är: "Bekämpa klimatförändringar, Vidta omedelbara åtgärder för att bekämpa klimatförändringarna och deras konsekvenser" (Regeringskansliet, u.å.-d). Detta mål inkluderar koldioxidutsläpp och kopplas ofta samman med Parisavtalet.

FN menar att genom att bekämpa klimatförändringarna medförs flera synergieffekter som i sin tur ger en positiv effekt på att minska fattigdom, livsmedelstrygghet, rent vatten, använda naturresurser mer effektivt, ekonomisk tillväxt mm. FN säger också att klimatförändringarna är en av våra största utmaningar i dagsläget vilket gör att det är ett område som är högst relevant att arbeta med. (Regeringskansliet, u.å.-d)

### Färdplan mot klimatneutralitet

För att nå netto-nollutsläpp och uppfylla Sveriges klimatmål, har byggbranschen tagit fram en färdplan inom ramen för regeringsinitiativet "Fossilfritt Sverige" (Naturvårdsverket, 2023). Den långsiktiga målsättningen med denna färdplan är att aktörer inom byggbranschen ska bedriva en klimatneutral verksamhet senast år 2045. Färdplanen involverar aktörer längs hela värdekedjan och syftar till att skapa affärsmöjligheter genom klimatomställningen. Bland de åtgärder som kan vidtas för att minska klimatpåverkan från byggnader är energieffektivisering, minskad användning av fossila bränslen för uppvärmning, mer klimatsmart produktion av byggmaterial, minskade transporter och ökad återvinning (Fossilfritt Sverige, 2018)

### Science Based Targets

Vetenskapsbaserade mål, ofta förkortade som SBT (science based targets), är en integrerad del av dagens klimatkurs, särskilt framhävda genom initiativet Science Based Targets Initiative (SBTi) (Science Based Targets, u.å.). Detta initiativ, som stöds av organisationer som Carbon Disclosure Project och United Nations Global Compact, fokuserar på att vägleda företag att sätta ambitiösa och vetenskapligt grundade mål för att minska växthusgasutsläppen. Dessa mål har sin grund i det globalt erkända Parisavtalet från 2015, som etablerade konkreta mål för att hålla den globala temperaturökningen väl under 2°C jämfört med förindustriella nivåer där strävan är att inte överskrida 1,5°C (Andersen m fl., 2020). SBT:s kärna ligger i deras vetenskapliga grund. Ett vetenskapsbaserat mål måste vara

realistiskt att uppnå, mätbart och byggt på en solid analytisk bas (Gieseckam m.fl., 2021). Målen delas in i två kategorier: övergripande mål, som de som ställs upp i Parisavtalet, och specifika mål, som är mer detaljerade och avser individuella bidrag från företag eller sektorer för att nå de övergripande globala målen. Inom ramen för SBTi uppmuntras företag att anpassa sina utsläppsmål i linje med de globala temperaturmålen. Det finns dock variationer i hur effektivt olika företag uppnår sina SBT, med vissa framsteg i att minska direkt och indirekt kontrollerade utsläpp (Scope 1 och 2), medan utmaningar kvarstår för utsläpp i värdekedjan (Scope 3) (Downie & Stubbs, 2012).

## 2.3 Impression management – ett teoretiskt perspektiv

Impression management är ett begrepp som på svenska kan översättas med intryckshantering och handlar om att medvetet eller omedvetet försöka kontrollera människors uppfattning (Merkl-Davies & Brennan, 2007). Detta är något som företagsledare kan använda sig av i årsredovisningar, där de genom val av språk, bilder och grafer kan förmedla en mer positiv bild av företaget än vad verkligheten är. Inom området Impression management finns det en mängd olika strategier som företag kan använda sig vid skapandet av årsredovisningar och finansiella rapporter för att vinkla och påverka hur läsaren skall uppfatta deras årsredovisningar.

### 2.3.1 Strategier inom Impression management

I området impression management finns olika strategier som företag kan använda sig av i rapportering av koldioxidutsläpp.

Denna studie har för avsikt att belysa några av dessa strategier. En strategi inom impression management är att företaget framhäver fler positiva nyheter än negativa nyheter eller helt utesluter att presentera de negativa nyheterna. Denna strategi benämns *tematisk manipulation* och innebär att selektivt välja ut information för att ge en fördelaktig bild av företaget. Andra sätt att använda impression management är att ett företag som presterar dåligt eller inte når upp till uppsatta mål skyller på omvärlden och berättar mer om företagets positiva framtidsutsikter (Jones, 2011). Detta bekräftar det som Aerts (2005) beskriver att impression management används genom att tillskriva de positiva utfallen till företagets interna agerande medan de negativa utfallen sker på grund av omvärlden. Inom impression management benämns denna strategi *prestationstilldelning*. Aerts (2005) forskningsundersökning visade också att denna strategi av impression management var något vanligare i börsnoterade bolag än icke börsnoterade bolag. En misstänkt anledning till att det används mer inom börsnoterade bolag beror på kapitalbehovet från investerare som bland annat baserar sina investeringsbeslut på underlag av årsredovisningar och finansiella rapporter (Aerts, 2005). En annan koppling till varför impression management är vanligare inom börsnoterade bolag är att chefer och ledare skall utvärderas efter den prestation som de presenterar i årsredovisningar och finansiella rapporter (Merkl-Davies m fl., 2011).

En annan strategi inom impression management är *visuell och strukturell manipulation* som involverar hur informationen visuellt presenteras. Den kan innefatta tekniker som upprepning av viss information för att betona den, användning av grafiska element som fetstil eller färg för att dra ögat till vissa delar av texten, och placering av viktig information på strategiska ställen i dokumentet för att antingen framhäva eller dölja den (Merkl-Davies & Brennan, 2007). Språkvalet och formuleringar av information påverkar hur trovärdigheten uppfattas av läsaren och kan användas för att skapa en fördelaktig bild även för företag som inte presterar

så bra (Aerts, 2005). Detta styrks även av Merkl-Davies & Brennan (2007), som menar att en strategi inom impression management är *retorisk manipulation*, vilket innebär att man med hjälp av ord- och språkval försöker sätta en viss prägel på texten i syfte att den ska leda till en viss uppfattning.

Två andra strategier inom impression management är *prestationsjämförelse* och *val av resultatnummer*. *Prestationsjämförelse* involverar att företagen selektivt väljer ut jämförelsetal som visar deras prestationer i bästa sätt. Det kan innefatta att välja ett jämförelseår där företagets resultat var exceptionellt låga för att göra nuvarande resultat att se bättre ut, eller att jämföra företagets prestationer med branschstandarder eller konkurrenter på ett sätt som är fördelaktigt (Merkl-Davies & Brennan, 2007). *Val av resultatnummer* är en strategi som också handlar om siffror och innebär att företagen väljer att fokusera på de resultat och siffror som ser bra ut för dess verksamhet. Denna strategi används framförallt när det inte är standardiserat i hur resultaten skall redovisas (Merkl-Davies & Brennan, 2007).

Forskning indikerar att hållbarhetsredovisning kan fungera som ett PR-verktyg för företag och dess transparens och tillförlitlighet ifrågasätts även när företag rapporterar enligt GRI. Impression management användande i företag kan användas för att skydda företagen och förbättra sin image och rykte genom att engagera sig i hållbarhetsfrågor (Cüre m. fl., 2020). Forskning tyder på att företagen vill försköna sin image med hjälp av hållbarhetsredovisning. Talbot & Boiral berättar i sin forskningsundersökning att det finns flera brister inom området för Hållbarhetsredovisning och klimatengagemang hos företag, i flera fall visar det upp en bild av engagemang som inte är sanningsenligt och för det andra finns det fortfarande brister i hur företagen skall rapportera vilket gör att det inte går att göra jämförelser mellan bolag (Talbot & Boiral, 2018). Resultatet av deras undersökning visar på att företag ofta utelämnar information om klimatpåverkan när de hållbarhetsredovisar.

## 2.4 Tidigare forskning

### 2.4.1 Koldioxidredovisning

Koldioxidredovisning har blivit ett viktigt forskningsområde, särskilt i ljuset av det växande globala fokuset på klimatförändringar och hållbarhet (He m.fl., 2021). Det är ett område som har utvecklats betydligt under de senaste åren, vilket speglar företagens ökande ansvar att hantera och rapportera om sina miljöpåverkningar, särskilt de relaterade till klimatförändringar. Enligt en systematisk granskning av 117 artiklar som berör koldioxidredovisning framkommer det att forskningen påvisar en osäkerhet kring kvaliteten av denna redovisning till följd av att det finns en stor frihet kring hur den ska upprättas (He m.fl., 2021). Studien belyser även att forskning inom koldioxidredovisning har genomgått en metodologisk förändring. Fram till 2011 utgjordes litteraturen huvudsakligen av konceptuella arbeten, men har därefter övergått till empiriska studier och då särskilt kvantitativa sådana. Denna förändring kan delvis bero på ökad tillgång till och tillgänglighet av data relaterat till koldioxid.

En annan studie bidrar istället till forskningen genom att fokusera på utmaningarna och möjligheterna kring koldioxidredovisning utifrån management control såväl som performance measurement (Hartmann m.fl., 2013). Studien påvisar att det finns ett växande antal program för koldioxidminskning och företagsrapportering gällande utsläpp. Samtidigt betonar

författarna att det råder en oklarhet kring hur denna utveckling påverkar management accounting och control, till följd av en obalans mellan praktiskt fokus på koldioxidredovisning å ena sidan och empiriska studier inom området å andra sidan. Studien lyfter fram att det finns stora svårigheter kring att definiera och mäta GHG-utsläpp och pekar på behovet av vidare forskning och akademisk diskussion inom området, med särskilt fokus på empiriska studier.

Ytterligare en systematisk litteraturoversikt, denna med fokus på klimatförändringsrelaterad redovisning och rapportering, har genomförts och behandlar perioden 1999–2018 (Gulluscio m.fl., 2020). Här identifierades en ökande trend i antalet publikationer per år, särskilt från 2007, vilket korrelerar med en ökad global uppmärksamhet på miljöfrågor. Denna studie påvisar att litteraturen tenderar att ha ett övergripande fokus och att det således saknas studier om hur strategisk och operativ planering, redovisning och kontroll av åtgärder bör utformas.

Detta område har kompletterats ytterligare genom en annan studie som undersöker vilken konsolideringsmetod företag använder när de upprättar rapporter enligt GHG-protocol för att rapportera utsläpp (Kasperzak m.fl., 2023). Författarna betonar här vikten av metodval för jämförbarhet över tid och uppfyllandet av hållbarhetsmål. En annan studie lägger ytterligare ett lager till denna diskussion och undersöker företags användning av vetenskapsbaserade mål (SBT) för att minska koldioxidutsläpp, i linje med Parisavtalets mål (Giesekam m.fl., 2021). Författarna diskuterar här kring att måluppfyllelsen påverkas av vilken typ av utsläpp som inkluderas i målen, där mål som inkluderar Scope 3-utsläpp tenderar att ha en sämre uppfyllelse.

#### 2.4.2 Användning av impression management i hållbarhetsredovisning

I en studie gjord för att analysera kvaliteten på klimatredovisning som företag presenterar undersöks om företagen använder sig av impression management (Talbot & Boiral, 2018). Studien baseras på en kvalitativ innehållsanalys och diskuterar de olika strategierna av impression management kopplat till svårigheten att tolka och jämföra företagens klimatredovisning. Studien tar upp bristen på transparens och hur företag manipulerar grafer genom användning av visuell och strukturell manipulation och hur de undanhåller information genom användning av tematisk manipulation. Studien påpekar saknaden av forskning av ämnet impression management tillsammans med hållbarhetsredovisning (Talbot & Boiral, 2018). Liknande forskning tar upp bristen på jämförelse och vinklad information i hållbarhetsrapporter i studien “The quality of sustainability reports and impression management” där det undersöker intressenternas syn på GRI rapportering (Diouf & Boiral, 2017).

I en studie av Jones (2011) studeras användandet av impression management strategin *visuell och strukturell manipulation* i grafer när det gäller hållbarhetsredovisningar. Det finns en mängd tidigare forskning på undersökandet av grafer inom finansiell redovisning men inte inom hållbarhetsredovisning. Studien undersöker också användandet av strategin *tematisk manipulation* genom att jämföra positiva nyheter med negativa nyheter i hållbarhetsrapportering. Branscherna i studien är de som har stor miljöpåverkan, däribland bygg- och fastighetsföretag. Resultatet av forskningen visar att företag med större miljöpåverkan presenterar fler grafer i sina hållbarhetsredovisningar (Jones, 2011). För att analysera om manipulationen förekommer i grafen, har forskarna tittat på baslinjer som företag använder, samt om axlarnas rutnät är vilseledande och om vald typ av graf är lämplig

för att tydligt presentera ett visst prestationsmått. Orsaken till denna manipulation av grafer tros bero på att hållbarhetsredovisningen är mindre reglerad än den finansiella och det ger mer utrymme för ledningen att själva besluta om hur man skall mäta och presentera sin information. Forskningen påpekar att de grafer som berör hållbarhet inte granskas på samma sätt som de finansiella vilket ger ökat utrymme för impression management (Jones, 2011).

En annan intressant aspekt, enligt Jones (2011), är att företag ofta väljer att presentera en diskussion om sociala och miljömässiga frågor i narrativa former i sina hållbarhetsredovisningar. Till exempel, forskningen visar att 70% av företagen endast presenterade diskussionen, men inte några tydliga resultat kopplade till företags påverkan på miljö och samhälle. (Jones, 2011)

Diouf och Boiral (2017) hänvisar att framtida forskning kan vara att fokusera på företagens praktik kopplat till kvaliteten på hållbarhetsrapportering och undersöka om de stämmer överens med GRI regleringen, för att kunna mäta framstegen och identifiera förbättringsområden. De nämner också förslag på att framtida forskning kan vara granskning av trovärdighet och tillförlitlighet av hållbarhetsrapportering genom att analysera om impression management används (Diouf & Boiral, 2017). Även Cüre m.fl. (2020) artikulerar ett behov för mer forskning och analyser av grafer och tabeller i hållbarhetsredovisning för att se hur se hur impression management har används i företagsredovisningar över tid, speciellt med fokus på hur olika prestationsmått presenteras i de graferna och tabellerna.

Sammanfattningsvis visar dessa studier på behovet av fortsatt forskning inom koldioxidredovisning, särskilt med tanke på dess påverkan på ledningskontroll, prestandamätning och uppfyllandet av hållbarhetsmål. Dessa insikter understryker vikten av att utveckla och förbättra rapporteringspraxis för att stödja miljömässig hållbarhet och företagens ansvar gentemot klimatförändringar. Det finns också luckor i forskning kring hur tillförlitlig koldioxidredovisningen som företagen presenter i sina rapporter är. Inom området impression management finns undersökningar kopplade till övergripande hållbarhetsredovisning men det saknas specifik koppling till klimatpåverkan. Det finns också utrymme för jämförelse mellan hur företag presentera sina koldioxidutsläpp när de använder sig av samma reglering.

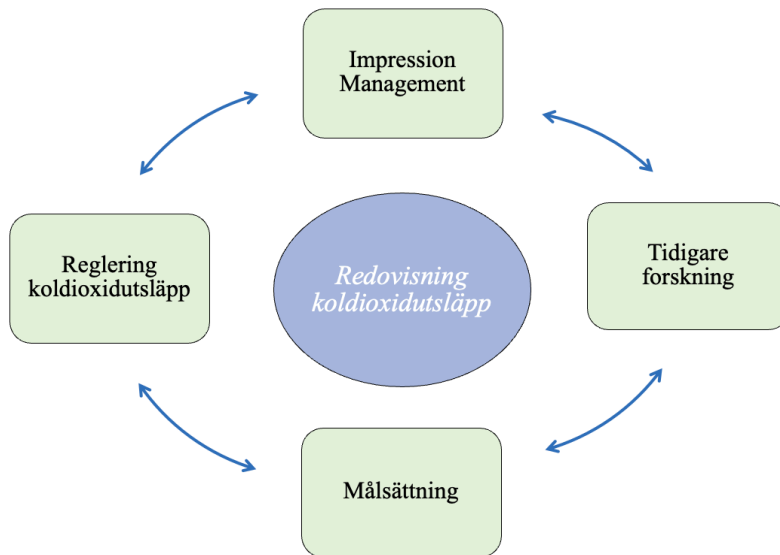
## 2.5 Analysmodell

Utifrån referensramen har en analysmodell tagits fram, som bygger på studiens centrala fokus, alltså redovisning av koldioxidutsläpp. För att kunna besvara syfte och frågeställning kommer det också krävas att analysmodellen grundar sig i övriga delar som återfinns i referensramen också. Redovisningen av koldioxidutsläpp påverkas av ett antal faktorer, vilka kommer ingå i analysmodellen för att söka svar på studiens frågeställningar (se Figur 1). Regleringen talar om hur företagen ska eller bör redovisa sina koldioxidutsläpp. Målsättningarna talar om syftet med själva redovisningen och påverkar således hur företagen redovisar dessa utsläpp, beroende på vilka mål företaget arbetar mot. Impression management innefattar olika strategier som företagen använder i sin redovisning för att manipulera läsaren, något som påverkar hur redovisningen kommer att upprättas och vad som kommer att inkluderas. Det har därigenom också en betydande påverkan på kvaliteten och jämförbarheten

av redovisningen. Den tidigare forskningen är relevant för analys av redovisningen av koldioxidutsläpp då den tar upp olika problemområden och erfarenheter kopplat till området.

**Figur 1**

*Visualisering av analysmodellen skapad av författarna själva*



### 3. Metod och datainsamling

---

*I denna del presenteras uppsatsen metod och de bakomliggande faktorer till val av företag, val av metod, val av såväl som insamling av dokument samt den analysmetod som kommer tillämpas i arbetet.*

---

#### 3.1 Val av företag

Syftet med projektet är att undersöka hur olika företag redovisar sina koldioxidutsläpp. För att göra en systematisk kartläggning och jämförelse mellan olika företag behöver företagen vara relativt lika och inom samma bransch. Valet av bransch blev byggföretag i Sverige, anledningen är att byggföretag släpper ut en stor del koldioxid både före och efter att deras arbete är klart och deras utsläpp har stor påverkan på koldioxidutsläpp. Anledningen till att valet blev Svenska bolag är för att de redovisar efter samma regleringar och har liknande intressenter vilket gör att de är mer lika. Efter valet av bransch och beslutet av Svenska bolag, valde vi att ta de tre största bolagen, vilket blev Skanska, Peab och NCC (se Tabell 1). För att ytterligare specificera undersökningen behövde vi välja vilka år och hur många år som skulle analyseras. Efter att ha studerat årsredovisningarna hos de utvalda företagen kom vi fram till att de flesta använde 2015 som basår för mätning av koldioxidutsläpp. För att få ett relevant underlag till studien att undersöka en period 2016-2022 för att kunna se förändringen över. På grund av studiens begränsade tidsram analyserades vartannat år i den valda perioden, vilket fortfarande möjliggjorde kartläggningen av hur koldioxidutsläpp redovisades under perioden 2016-2022. Därav valde vi att analysera hållbarhetsredovisningar för åren 2016, 2018, 2020 och 2022. Valet att tidslinjen börjar 2016 beror på att 2016 är första året som följer efter Parisavtalet.

**Tabell 1**

*Översikt av de utvalda företagen i studien*

	<b>NCC</b>	<b>Peab</b>	<b>Skanska</b>
Omsättning	54 198 mkr	63 135 mkr	163174 mkr
Balansomslutning	29 565 mkr	51 011 mkr	151 600 mkr
Antal anställda	12 500 st	15 045 st	28 400 st
Marknadsplats	Large Cap Stockholm	Large Cap Stockholm	Large Cap Stockholm
Grundat	1988	1955	1887

#### 3.2 Val av metod

För att undersöka detta forskningsprojekt och för att få fram rätt underlag som stämmer överens med syftet och frågeställningen till arbetet är en kvalitativ metod mest lämpad. För en kvantitativ metod krävs mer data och siffror. Ser vi till det som vi skall undersöka så handlar det om att företagen beskriver sina mål i ord och hur de presterar sin måluppfyllelse ser relativt olika ut. Eftersom att studien också handlar om att analysera om företagen använder sig av impression management krävs noga granskning av hållbarhetsrapportering vilket gör att en kvalitativ metod känns mest lämpad. Att ta fram olika mätverktyg och samla in data för att göra en kvalitativ undersökning till denna studie hade krävt betydligt mer förarbetat och det hade inte gått att göra den kritiska granskningen i varje rapport under den tidsperiod som studien skall färdigställas på.



För att göra denna kvalitativa undersökning gjordes först en dokumentinsamling. Dokumenten som samlas in är offentliga handlingar i form av årsredovisningar, avtal, direktiv och regleringar, forskning utgivna av bland annat företag, normgivare m.fl. För att undersöka dokument och återfinna relevanta områden har en checklista med ord och begrepp använts (se Bilaga 1). Dessa ord och begrepp är framtagna baserat på studiens referensram och undersökningsområde, några av huvudkategorierna i checklistan är:

- Koldioxidutsläpp/Carbon emissions
- Utsläppsmål/ emission targets
- Greenhouse gas protocol
- Hållbarhetsredovisning/Sustainability Reporting
- Impression Management

Orden och begreppen varierar beroende vad det är för form av dokument, där exempelvis Greenhouse Gas protocol används i årsredovisningar medan det i forskningen är vanligare att använda sig av GHG-protocol.

Dokument har kodats med de olika orden och begreppen för att hitta information som skall användas för innehållsanalysen som är steg två efter insamlingen. Innehållsanalysen är särskilt lämpad för att utforska och förstå textbaserad data, vilket gör att den passar väl för analys av årsredovisningar (Bryman & Bell, 2017). Den kvalitativa innehållsanalysen kommer att bygga på en genomgång av årsredovisningar från de valda företagen, för att identifiera och kategorisera hur kommunikationen i dessa rapporter ser ut rörande koldioxidutsläpp. Innehållsanalys passar bra då det är begränsat med tid. Det är också en transparent metod som gör att den klassas som objektiv, vilket är syftet med forskningsprojektet (Bryman & Bell, 2017).

### 3.2.1 Val av dokument

Vi har valt att använda oss av företagens års- och hållbarhetsredovisningar för åren 2016, 2018, 2020 och 2022 (se Tabell 2). Orsaken till de utvalda åren är att Parisavtalet kom 2015 och företagen använder 2015 som basår och började redovisa sina koldioxidutsläpp främst från år 2016. Årsredovisningarna har samlats in från företagens officiella webbplatser, där endast de delar av rapporterna som specifikt behandlar miljömässig hållbarhet extraherades och analyserades. Dessa dokument representerar en rik källa till information om hur företagen framställer sig över tid. Genom att analysera dessa redovisningar kunde vi spåra förändringar och kontinuiteter i företagens impression management-strategier. Valet av dessa specifika år möjliggör en longitudinell analys som ger en djupare förståelse för hur företagens kommunikationsstrategier har utvecklats och anpassats till olika ekonomiska och sociala kontexter. Detta urval av dokument ger en omfattande bild av hur företagen har hanterat sin kommunikation gentemot intressenter och allmänheten, vilket är centralt för att förstå deras tillämpning av impression management.

## Tabell 2

Utvalda dokument från företagens redovisning som berör koldioxidutsläpp

Årtal	Års- och hållbarhetsredovisning	Appendix
2016	NCC Årsredovisning 2016	
	Peab Års- och hållbarhetsredovisning 2016	
	Skanska Årsredovisning 2016	
2018	NCC Årsredovisning 2018	
	Peab Års- och hållbarhetsredovisning 2018	
	Skanska Års- och hållbarhetsredovisning 2018	
2020	NCC Årsredovisning 2020	
	Peab Års- och hållbarhetsredovisning 2020	Peab Appendix med hållbarhetsdata och GRI-index 2020
	Skanska Års- och hållbarhetsredovisning 2020	
2022	NCC Årsredovisning 2022	
	Peab Års- och hållbarhetsredovisning 2022	Peab Appendix med hållbarhetsdata och GRI-index 2022
	Skanska Års- och hållbarhetsredovisning 2022	

### 3.3 Analysmetod

I vårt arbete har vi genomfört en deduktiv kvalitativ innehållsanalys med fokus på teorin om impression management. Deduktion är en traditionell metod som bygger på att utifrån referensram och teorier testar hypoteser mot verkligheten. Vi inledde med att formulera forskningsfrågor grundade på teorin om impression management, vilket innebär att vi fokuserade på hur organisationer framställer sig själva i sin externa kommunikation (Schreier, 2013; Careerfoundry, 2023). Då studien också ämnar att kartlägga och analysera hur företagen redovisar sina mål och prestationer kopplade till koldioxidutsläpp samt hur jämförbarheten ser ut mellan företag har vi under datainsamlingsfasen valt material som möjliggör detta. Därför har företagens årsredovisningar och hållbarhetsrapporter valts ut. Dessa dokument innefattar också aspekter av impression management, då företag ofta strävar efter att skapa ett fördelaktigt intryck med dessa dokument (Elo m fl., 2008).

Dokumenterna har kodats och analyserats manuellt av båda författarna utifrån den framtagna checklisten där fokus har varit att hitta relevant information till innehållsanalysen. Resultatet av de båda författarnas arbete har sedan ställts mot varandra för att dels minska risken för att viktig information förbises, men också för att undvika att subjektiva värderingar påverkar resultatet.

Kodningen och analysen gjordes i tre steg:

1. Kartläggning av innehåll som berör koldioxidutsläpp
2. Jämförelse av innehållet mellan företagen
3. Identifiering och analys av impression management strategier

Resultatet presenteras genom att detaljerat visa hur företagen redovisar sina mål och prestationer kring koldioxidredovisning och hur de använder sig av olika strategier inom impression management. Vidare diskuterades även hur dessa metoder och strategier påverkar jämförbarheten mellan företagens redovisning. Genom att kombinera en kvalitativ innehållsanalys med en teoretisk referensram kan vi ge en djupare förståelse för hur teorin om impression management tillämpas i praktiken.

### 3.3 Metoddiskussion

I denna del av rapporten diskuteras den metodologiska ansatsen som använts för att analysera stora byggföretags utsläppsrapportering och deras användning av impression management-strategier. Studiens metodologiska grundval är kvalitativ innehållsanalys, vilket innebär en systematisk granskning och tolkning av textdata för att identifiera centrala teman och mönster (Elo m fl., 2014). Vår ansats var strikt deduktiv, där vi utgick från befintliga teorier och forskningsresultat för att strukturera och styra vår analys. Den deduktiva ansatsen innebär att vi först definierade specifika teman och kategorier baserade på tidigare forskning inom området för impression management. Denna metod tillät oss att noggrant fokusera vår analys på specifika aspekter av företagets kommunikation och rapportering som identifierats som relevanta i den befintliga litteraturen. Genom att använda denna metod kunde vi effektivt jämföra och kontrastera företagets rapportering med de teoretiska förväntningarna.

En viktig aspekt av vald metod är dess validitet och reliabilitet. Vad det gäller validiteten i vår studie, som avser i vilken grad resultaten verkligen speglar det som studeras, har vi lagt stor vikt vid att välja och analysera data från flera ledande företag inom byggsektorn. Denna process, tillsammans med jämförelsen av våra fynd med befintlig forskning och teorier inom impression management, bidrog till att stärka validiteten i vår analys (Graneheim m fl., 2017). Reliabiliteten, som avser stabiliteten och konsistensen i studien över tid, upprätthölls genom att följa en strikt och systematisk process för datainsamling och analys. Vår metodik och analyssteg dokumenterades noggrant för att möjliggöra för framtida forskare att replikera eller granska vår studie (Schreier m fl., 2019).

En begränsning med den deduktiva ansatsen är dock att fokuset på förutbestämda teorier och teman kan begränsa möjligheten att upptäcka nya, oväntade teman som inte tidigare har belysts i forskningen (Graneheim m fl., 2017). Detta innebär att vissa aspekter av företagets kommunikation kan ha förbisetts i vår studie och kan således ha en inverkan på studiens omfattande förståelse av företagets kommunikativa strategier (Schreier m fl., 2019). Trots denna begränsning anser vi att den deduktiva ansatsen var lämplig för vårt syfte, då den gav oss möjlighet att fokusera på specifika, teoretiskt grundade aspekter av företagets impression management-strategier. I vår analys har vi lagt stor vikt vid att vara objektiva och kritiska i vår tolkning av datan. Detta inkluderade en noggrann övervägning av hur våra egna förutfattade meningar och den teoretiska ramen kan ha påverkat vår förståelse och tolkning av datan. Genom att hålla oss strikt till den deduktiva ansatsen strävade vi efter att minska risken för subjektivitet och förvanskning av resultaten.

Sammanfattningsvis tillhandahåller den deduktiva innehållsanalysen i denna studie värdefulla insikter i hur stora byggföretag använder sig av impression management i sin utsläppsrapportering. Genom att upprätthålla höga standarder för validitet och reliabilitet har vi strävat efter att ge en trovärdig och tillförlitlig analys av företagets kommunikationspraktiker. Metoden möjliggör en systematisk och teoribaserad granskning av företagets kommunikationsstrategier, vilket bidrar till en ökad förståelse för hur de framställer sitt miljöansvar i offentliga rapporteringar.

## 4. Empiri och Analys

---

*I denna delen presenteras resultatet av den insamlade datan från dokumentstudier som ligger till grund för denna undersökning. Syftet är att ge läsaren en insikt i hur koldioxidredovisning presenteras samt kritisk granska om det förekommer strategier av impression management i dokumenten. I empirin och analysen kommer faktorn CO<sub>2</sub>e nämnas. CO<sub>2</sub>e är en emissionsfaktor för beräkning av koldioxidutsläpp och anger hur mycket utsläpp en enhet ger upphov till (Naturvårdsverket, 2022).*

---

### 4.1 Användning av ramverk för redovisning av koldioxidutsläpp?

Skanska, NCC och Peab, som aktörer inom bygg- och projektutvecklingsindustrin, uppvisar betydande likheter i sina metoder för hållbarhetsredovisning. En central gemensam nämnare för dessa företag är deras integration av Global Reporting Initiative-standarder (GRI) i sina hållbarhetsredovisningar. Denna praxis illustrerar ett universellt åtagande för att uppnå transparens och ansvarsskyldighet i rapporteringen om miljömässiga, sociala och ekonomiska frågor. Ett syfte med att använda GRI-standarder är att försöka säkerställa en ökad jämförbarhet samtidigt som det krävs för att uppfylla internationella krav på företagsrapportering. Eftersom att alla tre företagen är svenska omfattas de av lagkravet att följa årsredovisningslagen där de enligt ÅRL 6 kap uppfyller kraven för hållbarhetsredovisning (ÅRL 6 Kap, FAR 2023).

Ytterligare en likhet är deras fokus på att redovisa växthusgasutsläpp enligt Greenhouse Gas Protocol-standard, vilket innebär en detaljerad rapportering av utsläpp i olika kategorier: Scope 1 (direkta utsläpp), Scope 2 (indirekta utsläpp från inköpt energi) och Scope 3 (andra indirekta utsläpp). Denna användning av en standardiserad metod för att mäta och rapportera koldioxidutsläpp understryker företagets engagemang för att minska sin miljöpåverkan och bidra till globala klimatmål. Dock framgår det att företagen använder sig av olika metoder för att mäta Scope 3, vilket gör att vad som faktiskt mäts och redovisas inom detta Scope kan skilja avsevärt mellan företagen, men också inom samma företag över olika år.

Sammanfattningsvis, trots vissa skillnader i specifika fokusområden och implementeringsstrategier, delar Skanska, NCC och Peab viktiga likheter i deras hållbarhetsredovisning. Deras gemensamma användning av GRI-standarder och Greenhouse Gas Protocol visar på en stark branschöverenskommelse om vikten av transparent och ansvarsfull rapportering av hållbarhetsfrågor. Dock är det samtidigt problematiskt att det finns stora skillnader i hur företagen mäter och redovisar Scope 3 då detta leder till att det blir svårare att följa upp företagens prestationer, men också då det gör att jämförelser företagen emellan försvåras.

### 4.2 Prestation i förhållande till utsläppsmål

I följande avsnitt kommer företagens utsläppsmål över de undersökta åren presenteras. Vidare kommer prestationen i förhållande till dessa mål att tas upp, detta kommer därefter att illustreras i diagram för att visualisera prestationen över tid (Diagram 1 & Diagram 2), utsläppsmål och hur prestationen ser ut i förhållande till basår. När företagen formulerar sina utsläppsmål sker detta antingen som absoluta mål eller som intensitetsmål. Absoluta mål avser det faktiska utsläppet, medan intensitetsmål avser utsläpp i förhållande till en annan

variabel. För Scope 1 & 2 är denna variabel omsättning i Mkr och för Scope 3 är denna variabel kostnaden som är hänförlig till utsläppet i Mkr.

#### 4.2.1 Skanska

Skanskas utsläppsmål har utvecklats till att bli mer omfattande och konkreta under den studerade tidsramen. Under 2016 presenterar de inga konkreta utsläppsmål (Skanska, 2016). Det som nämns rörande utsläpp är främst att de strävar efter att utveckla och bygga hus och infrastruktur- anläggningar med minsta möjliga miljöpåverkan. För 2018 har de inte heller några konkreta utsläppsmål presenterade, men de nämner nu att de ska reducera sina utsläpp kraftigt fram till 2030 (Skanska, 2018). Först under 2020 presenteras mer konkreta mål relaterade till bolagets utsläpp (Skanska, 2020). De lyfter nu fram att de ska bli klimatneutrala till år 2045 samtidigt som de ska minska utsläppen från samtliga Scope med 50 procent till år 2030. Skanska tar även upp att de har ansökt om att få dessa mål godkända som Science Based Targets. För Scope 1 & 2 använder de 2015 som basår, medan de för Scope 3 använder 2020 som basår. Således blir år 2022 första året som det går att sätta prestationen i relation till målsättningen för Scope 3. Gällande Scope 1 & 2 har dessa minskat med 34 procent under perioden 2015-2020.

Under 2022 har Skanska fortsatt en målsättning om att verksamheten ska vara klimatneutral till år 2045 (Skanska, 2022). Målsättningen för utsläpp i värdekedjan, alltså från Scope 3 fortsätter att vara att dessa ska minska med 50 procent till år 2030. Man har dock ändrat målet för utsläpp i Scope 1 & 2 till att detta ska minska med 70 procent fram till år 2030. De presenterar nu även att de fått målen godkända som Science Based Targets då de följer Parisavtalet, vilket ger en vetenskapligt grundad struktur för att minska utsläppen. Vad det gäller utsläpp från Scope 1 & 2 redovisas det att dessa har minskat med 55 procent sedan basåret. Man har därmed uppnått målet för utsläpp i Scope 1 & 2 som presenterades under 2020 om en minskning med 50 procent, vilket kan förklara varför målet nu har ändrats. Denna förändring skulle dock kunna bero på att det krävdes för att få målen godkända som Science Based Targets, men detta är inget som nämns. När de kommer till utsläppen från Scope 3 har dessa minskat med 13 procent från basåret 2020.

#### 4.2.2 NCC

NCC:s utsläppsmål är baserade på Parisavtalet och på agenda 2030. Från årsredovisningen 2016 och 2018 beskriver de hur de ska nå målen för 2020 genom att minska koldioxidintensiteten med 50 procent (NCC, 2016 & NCC, 2018). I årsredovisningen för 2020 presenterar NCC att de inte når upp till målen på 50 procent utan att deras resultat slutar på 42 procent vilket NCC presenterar som att de var "nära" att uppnå målet. NCC nämner att de ändå är nöjda med prestationen och att de har lärt sig mycket på vägen som ger fördelar på lång sikt. NCC nämner också i presentationen av resultatet mot klimatneutralitet som ett långsiktigt mål (NCC, 2020). I denna presentation på hur NCC nådde upp till målen finns återkommande indikationer på impression management, att de tar upp det som en framtidsplan, de tystar ner resultatet och presenterar istället de nya och långsiktiga målen.

I årsredovisning för 2020 och 2022 presenterar NCC nya utsläppsmål som innebär att de mäter och rapporterar enligt Greenhouse gas protocol Scope 1-3 och målet är att de ska

minska sina utsläpp med 60 procent beräknat från basåret 2015. De skriver också om sitt långsiktiga mål att bli klimatneutrala till år 2045. (NCC, 2020 & NCC, 2022).

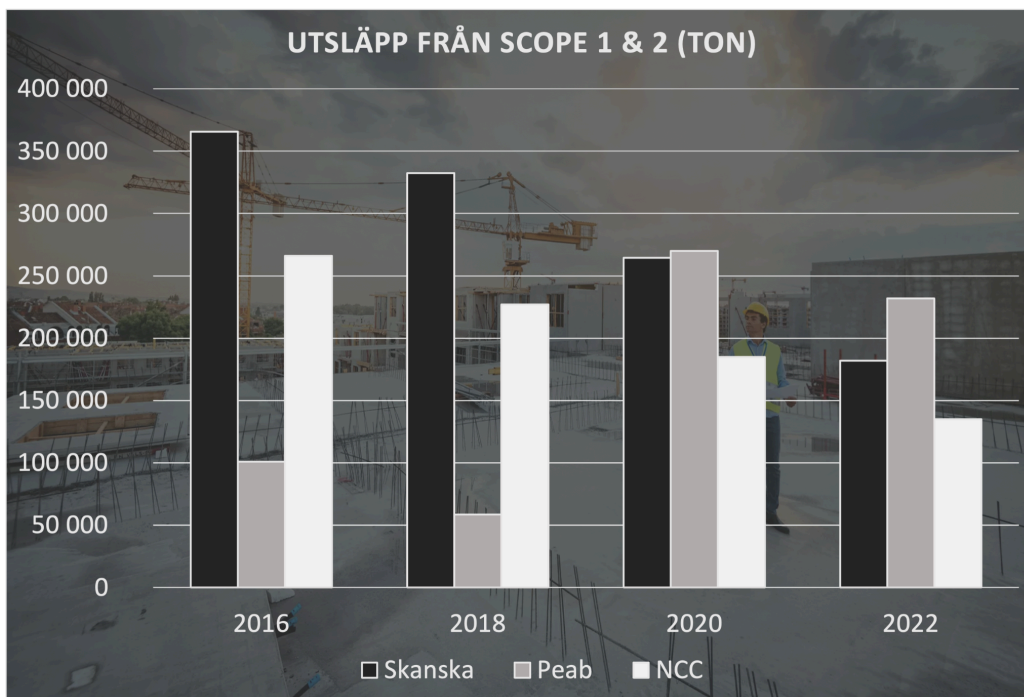
#### 4.2.3 Peab

Peab presenterar inga tydliga utsläppsmål under 2016, utan formulerar det i stället i stil med att de ska minska sina koldioxidutsläpp väsentligt (Peab 2016). Under 2018 presenterar de ett tydligare mål rörande verksamhetens utsläpp, nämligen att de ska bli klimatneutrala till år 2045 (Peab 2018). Mer konkreta mål än så presenteras dock inte hittills utan det dröjer till år 2020 innan detta sker. Företaget arbetar då fortsatt mot målet om att bli klimatneutrala till år 2045, men adderar samtidigt mål för utsläpp i Scope 1 & 2 (Peab 2020). Målsättningen formuleras som att de ska minska dessa utsläpp med 50 procent jämfört med basåret 2015. Dock redovisas enbart utfallet för 2020 och 2019, men inte för 2015. Det är därför svårt att tolka hur prestationen har sett ut i förhållande till målet, då målet baseras på ett basår samtidigt som data för detta basår inte presenteras.

Under 2022 behåller Peab det långsiktiga målet om att bli klimatneutrala till år 2045 (Peab 2022). Vad gäller målsättningen för utsläpp i Scope 1 & 2 ändras det till ett intensitetsmål, vilket innebär att det sätts i relation till omsättningen istället för att vara ett absolut mål som tidigare. Det nya målet för Scope 1 & 2 är att intensiteten av dessa utsläpp ska minska med 60 procent jämfört med 2015. Samtidigt lägger man även till ett mål för Scope 3, där även detta är ett intensitetsmål ämnar att minska intensiteten för Scope 3-utsläpp med 50 procent jämfört med 2015. I rapporten för 2022 redovisar Peab utfallen relaterade till sina mål och det går då att utläsa att utsläppsintensiteten för Scope 1 & 2 har minskat med 43 procent sedan basåret. Samtidigt har utsläppsintensiteten för Scope 3 minskat med två procent sedan basåret.

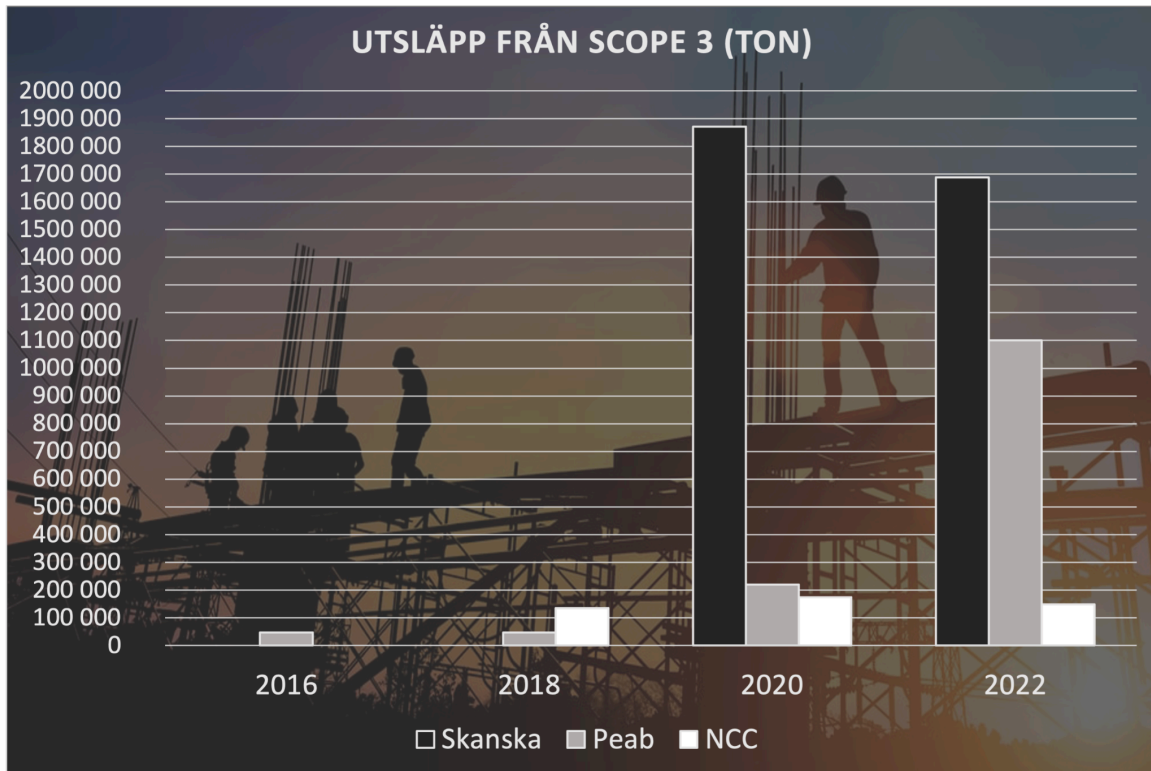
#### Diagram 1

Diagram som visualiserar utfall av koldioxidutsläpp från Scope 1 och 2



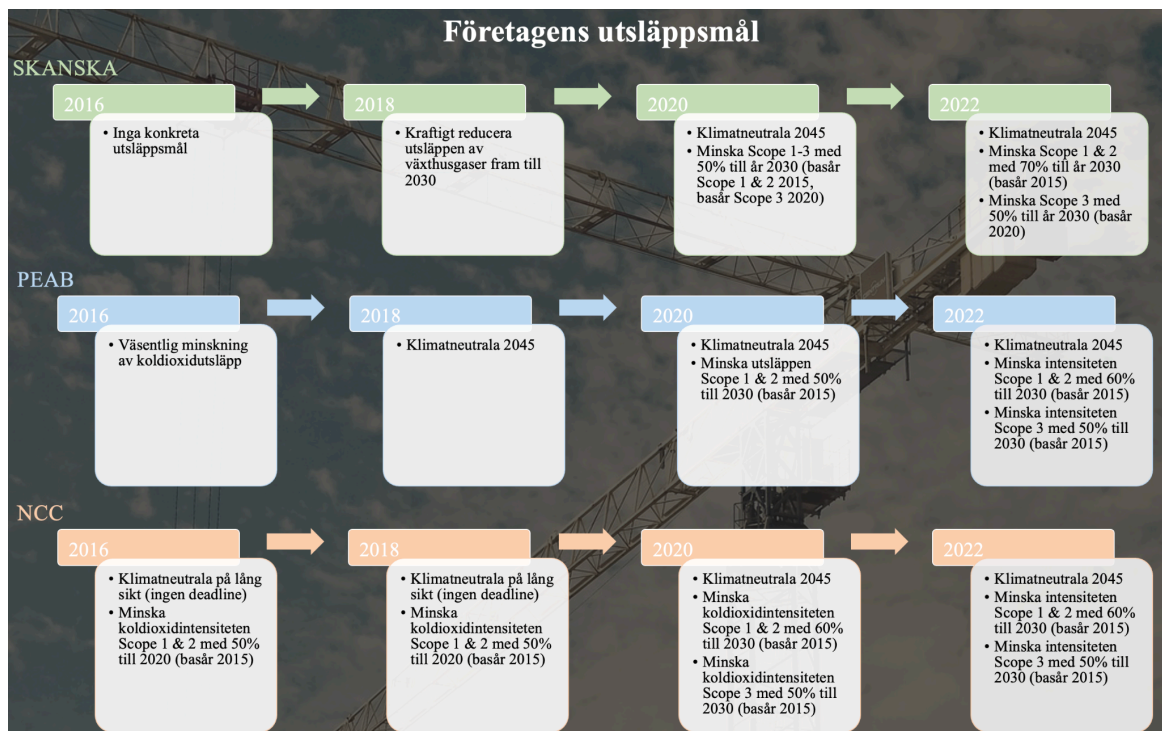
## Diagram 2

Diagram som visualiserar utfall av koldioxidutsläpp från Scope 3



## Figur 2

Diagram som visualiserar mål



### 4.3 Impression management inom redovisningen av koldioxidutsläpp

I nedanstående avsnitt granskas vilka impression management-strategier som förekommer i de analyserade dokumenten. Tabell 4 ger en översiktstabell efter analysen.

#### 4.3.1 NCC

Hållbarhetsrapportering inom årsredovisningarna för åren 2016 och 2018 är inte lika utarbetade och omfattande som under åren 2020 och 2022. Detta kan troligtvis förklaras genom att företaget, precis som omvärlden, har anammat ett växande intresse för hållbarhetsfrågor. Dock var NCC tidiga med att sätta upp konkreta mål relaterade till koldioxidutsläpp och arbetade redan 2016 mot att halvera sitt utsläpp från den egna verksamheten till år 2020, med år 2015 som basår (NCC 2016). Det övergripande klimatmålet var under både 2016 och 2018 att bli klimatneutrala på lång sikt (NCC 2016, NCC 2018). Alltså, ett väldigt ambitiöst mål men som saknar någon form av tidsbestämelse, vilket gör att det blir svårt att följa upp. Strategin att sätta upp ambitiösa, men diffusa, långsiktiga mål utan en konkret deadline kan tolkas som ett sätt att skapa en positiv bild av företaget. Denna teknik, som beskrivs av Cüre m fl. (2020) och Talbot & Boiral (2018), kan användas för att måla upp en positiv framtid utan att ge en konkret väg för att uppnå dessa mål.

Först under 2020 framkommer det en tidsgräns för målet, då de nu menar att de ska vara klimatneutrala till år 2045 (NCC 2020). En tydlig deadline gör att målet blir mer konkret och mätbart, men trots detta är den långa tidsramen fortfarande utmanande att följa upp och bedöma. Detta kan återigen ses som ett sätt för företaget att lyfta fram positiva framtidsutsikter och att framställa sig själva som proaktiva i miljöfrågor. För 2016 och 2018 hade NCC som mål att minska sina utsläpp från den egna verksamheten med 50% till år 2020, med år 2015 som basår. När uppföljningen av detta mål redovisades i hållbarhetsrapporten för 2020 lät det såhär:

*Från 2015 till 2020 var målet att minska de direkta utsläppen från verksamheten (scope 1 och 2) med 50 procent. Inom denna femårsperiod har vi nått nära 50 procent minskning, 42 procent, mätt som ton koldioxidekvivalenter per MSEK i omsättning. NCC är stolta över resultatet eftersom arbetet hit varit fokuserat och lärorienterat och rustat oss med kunskap vi behöver för att fortsätta omställningen mot klimatneutralitet. (NCC 2020, s. 6)*

Detta kan ses som ett exempel på impression management då de betonar att de är nära målet och är stolta över framstegen, vilket är en positiv framställning av en situation där det faktiska målet inte uppnåtts. Detta sätt att formulera sig kan ses som ett exempel på impression management genom *tematisk manipulation*, där positiva aspekter lyfts fram medan negativa utsluts eller tonas ner (Jones, 2011; Aerts, 2005). Genom att fokusera på vad som nästan har uppnåtts och framtida ambitioner, som att fortsätta sträva efter klimatneutralitet, används språket för att skapa en positiv bild av företagets prestationer och framtidsutsikter.

Vidare mäter NCC sitt koldioxidutsläpp i form av att sätta detta i relation till omsättning och beräknar därigenom fram koldioxidintensiteten (NCC 2020). Dock nämner de ofta i sina rapporter att deras mål är att minska sina utsläpp och nämner då inte att det är intensiteten som avses. Sådan formulering kan ses som en tillämpning av impression management, särskilt strategierna av *tematisk manipulation* och *val av resultatnummer*, som beskrivs av Merkl-Davies & Brennan (2007). Genom att välja att mäta och presentera utsläpp i relation



till omsättning, och inte de totala utsläppen, ger NCC intryck av en effektiv minskning av klimatavtrycket, vilket kan vara vilseledande. Samtidigt används både utsläpp och utsläppsintensitet vid målformuleringar, vilket kan addera ett extra lager av vilseledning. Denna framställning stödjer idén om att företag strategiskt kan forma information för att framställa sig själva i en mer gynnsam dager, enligt forskning av Aerts (2005) och Jones (2011).

I årsredovisningen för 2020 presenterar NCC att de har som målsättning att minska Scope 3-utsläpp med 50% till 2030 (NCC 2020). Dock anger de inte något basår, vilket kan ses som tecken på att *tematisk manipulation* (Jones, 2011) och *prestationstilldelning* (Aerts, 2005) används för att skapa en positiv bild av företagets miljöarbete. Genom att inte specificera ett basår och samtidigt inte presentera konkreta data om nuvarande utsläpp, kan NCC framställa en ambitiös miljöagenda samtidigt som de undviker att belysa eventuella brister i sitt nuvarande miljöarbete. Denna typ av kommunikation är enligt Aerts (2005) mer vanlig i börsnoterade bolag, där det finns ett starkare behov av att upprätthålla en positiv image för att tillgodose kapitalbehov från investerare, som baserar sina beslut på årsredovisningar och finansiella rapporter. Vidare understryker forskning av Merkl-Davies m.fl. (2011) vikten av prestation och image i årsredovisningar för börsnoterade företag. NCC:s strategi att inte vara konkret om sina Scope 3-utsläpp kan ses som ett sätt att framställa företaget i ett mer positivt ljus, samtidigt som det skapar utrymme för flexibilitet i framtida rapportering och målsättningar.

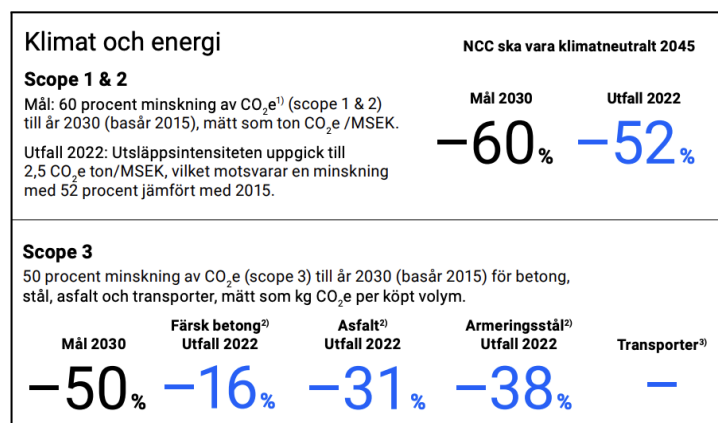
Ett annat exempel på när impression management används är när NCC presenterar nya utsläppsmål för Scope 1 & 2 under 2020:

*Byggbranschen står för stora utsläpp av växthusgaser med stor klimatpåverkan som följd. Klimatfrågan är därför en prioriterad fråga för NCC, som nu utvidgar det befintliga målet för scope 1 och 2 till en minskning med 60 procent av koldioxidutsläppen till 2030 jämfört med basåret 2015. (NCC 2020, s. 88)*

När NCC formulerar målet som en utvidgning av deras arbete för att minska utsläppen, tenderar det att tolkas som en intensifiering av deras miljöinsatser. Denna tolkning kan dock vara missvisande, då det tidigare målet om en 50-procentig minskning på fem år kontrasteras mot det nya målet om en 18-procentig minskning på tio år. Genom att också formulera målet som en minskning av koldioxidutsläppen, men faktiskt referera till utsläppsintensitet, använder NCC språket på ett sätt som kan framställa deras miljöprestationer som mer ambitiösa än vad de faktiskt är. Detta kan kopplas till forskning av Merkl-Davies & Brennan (2007) som diskuterar hur företag kan använda *prestationsjämförelser*, *val av resultatnummer* samt *retorisk manipulation* för att framställa sin prestation i bästa möjliga ljus. Det kan också tolkas som en tillämpning av strategin *prestationstilldelning*, som beskrivs av Jones (2011) och Aerts (2005).

## Bild 1

### Visualisering av utfall och målsättning rörande utsläpp



Kommentar. Från NCC (2022). Årsredovisning 2022, s. 3. Hämtad 2023-11-07.

Utifrån Bild 1 som presenteras i årsredovisningen för 2022, går det att utläsa att NCC väljer att presentera resultatet av utsläpp inom Scope 3 uppdelat per kategori (NCC 2022). Detta är ett exempel på hur företaget använder impression management-strategier. Deras beslut att presentera resultatet per kategori snarare än att visa det totala utfallet kan ses som en form av *visuell och strukturell manipulation*, vilket nämns av Jones (2011) och Merkl-Davies & Brennan (2007). Denna strategi kan vara vilseledande för läsaren, då det inte ger en tydlig bild av de totala utsläppen och hur prestationen ser ut i förhållande till uppsatta mål.

Vidare framgår det först här att Scope 3 mäts i relation till andra faktorer snarare än som totala utsläpp, och formuleringen att minska "utsläppet" istället för "utsläppsintensiteten", kan ses som ett ytterligare exempel på *prestationstilldelning* och *val av resultatnummer* (Aerts, 2005, Merkl-Davies & Brennan 2007). Genom att använda denna typ av formuleringar och mätmetoder, kan NCC skapa en positiv bild av sitt arbete för att minska utsläppen, även om den faktiska minskningen kan vara mindre omfattande än vad som framställs. Detta är särskilt relevant i ljuset av forskning som Cüre m fl. (2020) och Talbot & Boiral (2018), som tyder på att hållbarhetsredovisning ofta används av företag för att förbättra sin image och att det finns brister i hur hållbarhetsinformation rapporteras, vilket gör det svårt att göra jämförelser mellan bolag.

**Tabell 3***Växthusgasutsläpp från NCC:s verksamhet*

Marknadsbaserad beräkningsmetod	2022	Förändring jämfört med basåret 2015, %	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015
Växthusgasutsläpp, <sup>1)</sup> CO <sub>2</sub> e (tusen ton)	135	-50%	151	161	189	202	217	232	271
varav scope 1 <sup>2)</sup>	131	-40%	148	155	182	192	190	188	217
varav scope 2 <sup>3)</sup>	4	-93%	4	6	7	10	26	44	54
Nettomsättning, MSEK <sup>4)</sup>	54 198	4%	53 414	52 994	57 294	56 376	53 452	51 984	52 155
Utsläppsintensitet, CO <sub>2</sub> e (ton)/MSEK	2,5	-52%	2,8	3,0	3,3	3,6	4,1	4,5	5,2
CO <sub>2</sub> e (ton)/MWh	0,147	-32%	0,151	0,160	0,173	0,185	0,200	0,209	0,215
Platsbaserad beräkningsmetod, CO <sub>2</sub> e (ton)	8 190	-66%	9 619	11 217	12 184	11 360	11 078	8 929	24 280
Växthusgasutsläpp Scope 3 <sup>5,6)</sup> CO <sub>2</sub> e (tusen ton)	149	-	144	174	106	135	143	-	-

*Kommentar.* Från NCC (2022). *Årsredovisning 2022*, s. 95. Hämtad 2023-11-07.

Senare i års- och hållbarhetsredovisningen för 2022 presenteras ovanstående tabell (Tabell 3), som också tål att analyseras genom impression management-linsen. NCC presenterar för första gången i sina rapporter data för Scope 3, men presenterar då data som sträcker sig från 2017 till 2022 (NCC 2022). Samtidigt, som går att utläsa i Figur 7, har de ingen data att presentera för år 2015, som är deras basår. Detta är ett tydligt exempel på användandet av *prestationsjämförelser*. Genom att inte inkludera data från sitt basår och istället använda branschgenomsnittliga siffror, dock utan att presentera dessa, skapar de en förvirrande och potentiellt vilseledande bild av deras prestationer avseende Scope 3-utsläpp. Dessutom, genom att inte presentera en tydlig förändring för Scope 3 i förhållande till basåret tillämpar de *visuell och strukturell manipulation* (Merkl-Davies & Brennan, 2007). Denna strategi gör det svårt för läsaren att tolka och förstå den faktiska prestationen, vilket kan ses som ett försök att dölja en potentiellt negativ bild av företagets miljöpåverkan.

#### 4.3.2 Peab

Även Peab har följt omvärldens utveckling rörande hållbarhet och deras rapporter blir allt mer omfattande under de studerade åren. Under 2016 och 2018 har de vagt formulerade utsläppsmål och i årsredovisningen för 2016 går det att utläsa:

*“Peab har ett stort ansvar för att minska verksamhetens miljöpåverkan längs hela värdekedjan. Inriktningen för vårt arbete är:*

- *Väsentlig minskning av våra koldioxidutsläpp....”* (Peab 2016, s. 27)

Denna typ av formulering, där konkreta mätmetoder och mål saknas, kan ses som en del av impression management-strategier. Enligt Aerts (2005) och Merkl-Davies & Brennan (2007), använder företag ofta denna typ av kommunikation för att framställa sig som mer ansvarstagande än vad de faktiskt är, vilket är ett sätt att manipulera läsarens uppfattning. Den vaga formuleringen av målen kan klassificeras som en form av *tematisk manipulation*, där positiva aspekter lyfts fram medan mer konkreta och potentiellt negativa detaljer undviks (Jones, 2011). Detta leder till att företag kan framstå som mer engagerade i miljöfrågor än vad som faktiskt är fallet, vilket kan vilseleda intressenter som grundar sina bedömningar på företagets rapportering.

Ett annat exempel på hur företaget använder sig av impression management återfinns i följande formulering:

*MINSKNING AV KOLDIOXIDUTSLÄPPEN*

*Bygg- och anläggningssektorn står för en betydande del av samhällets energianvändning och utsläpp av koldioxid. Globala överenskommelser som FN:s globala mål för hållbar utveckling och avtalet från klimatförhandlingarna i Paris 2015 (COP21) pekar ut riktningen som vi ska röra oss i. Genom förändrat beteende och ökat fokus på energifrågorna ser vi stora möjligheter att göra vår produktion mer hållbar. (Peab 2016, s. 26)*

Denna formulering, där Peab betonar sin roll i att minska koldioxidutsläppen och vänder utmaningarna till möjligheter, kan analyseras genom impression management-perspektivet, särskilt genom strategier som *retorisk manipulation* och *prestationstilldelning* som framhävs av Merkl-Davies & Brennan (2007) och Aerts (2005). Genom att framställa sin verksamhet som en viktig aktör i att bekämpa klimatförändringar och betona sin inriktning mot "väsentlig minskning" av utsläpp, skapar Peab en positiv bild av sitt miljöengagemang. Denna positiva framställning, utan att ge konkreta mål eller mätbara data, är en typisk tillämpning av impression management, där fokus läggs på positiva avsikter snarare än faktiska resultat.

Peab väljer att redovisa sina utsläpp från Scope 3 redan 2016, även om det baseras på begränsad data. Genom att rapportera om Scope 3-utsläpp, även med begränsad data, kan Peab framstå som mer ansvarstagande i hållbarhetsfrågor. Något som enligt Merkl-Davies & Brennan (2007) kan ses som en form av *visuell och strukturell manipulation*. Cüre m fl. (2020) och Talbot & Boiral (2018) diskuterar hur hållbarhetsrapportering ofta används för att försköna företags image, även om det kan leda till brister i transparens och trovärdighet. Peabs val att rapportera tidigt om Scope 3, trots begränsad data, kan ses som ett sätt att förbättra företagets image och signalera ansvarstagande, även om den faktiska påverkan och detaljerna i rapporteringen kan vara otydliga.

Peabs presenterar i hållbarhetsrapporten för 2018 att de ska vara klimatneutrala till år 2045, vilket är ett exempel på hur företaget använder impression management-strategier (Peab 2018). Enligt Merkl-Davies & Brennan (2007), kan detta tolkas som en form av *prestationstilldelning*, där företaget framhäver sitt engagemang i klimatfrågor, även om målet i sig är gemensamt framtaget inom byggbranschen. Genom att presentera målet som om det vore deras eget, skapar Peab en bild av att de är ledande i klimatarbetet, vilket kan ses som ett sätt att förbättra företagets image och rykte (Cüre m fl., 2020; Talbot & Boiral, 2018). Denna strategi, att ta åt sig äran för branschgemensamma initiativ, kan också ses som en form av *tematisk manipulation*, där positiva aspekter lyfts fram medan den kollektiva naturen av insatsen döljs (Jones, 2011). Genom att lyfta fram att målet är något de själva tagit fram, trots att det är ett branschgemensamt mål, skapar Peab en fördelaktig bild av sitt företag i förhållande till konkurrenter och andra aktörer inom branschen.

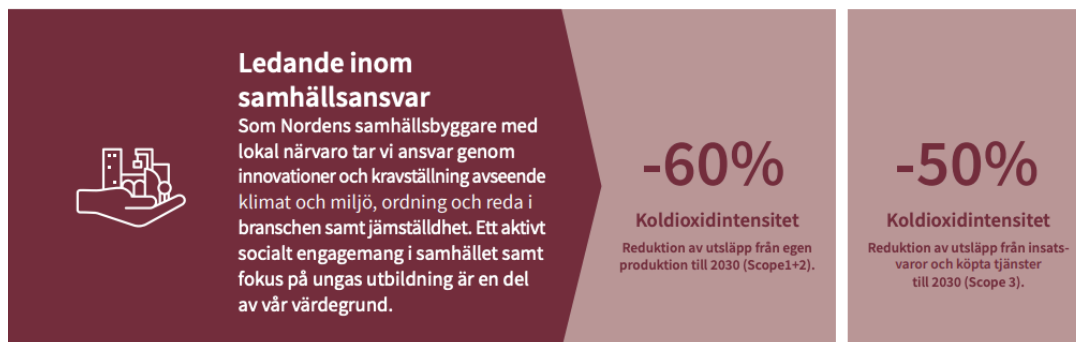
Från år 2020 och framåt har Peab valt att lyfta ut hållbarhetsrapporten och lämnar den som en bilaga till årsredovisningen (Peab 2020) Enligt Merkl-Davies & Brennan (2007), kan detta vara ett exempel på *visuell och strukturell manipulation*, där placeringen av information på strategiska ställen i dokumentet används för att antingen framhäva eller dölja viss information. Genom att förlägga hållbarhetsrapporten till en bilaga, ökar Peab sin flexibilitet i vad som framhävs i årsredovisningen och vad som inkluderas i bilagan. Detta kan tolkas som ett sätt att utelämnas viss information från årsredovisningen, vilket skulle kunna göra det svårare för läsare att få en heltäckande bild av företagets hållbarhetsarbete. Talbot & Boiral (2018) samt Cüre m fl. (2020) belyser att hållbarhetsredovisning ofta kan användas som ett PR-trick och att den inte alltid är så transparent och tillförlitlig som den utger sig för att vara. Genom att separera hållbarhetsrapporten från årsredovisningen kan Peab potentiellt styra

fokus bort från vissa aspekter av sitt hållbarhetsarbete, vilket kan vara ett sätt att försköna företagets image och undvika kritiska frågor om deras faktiska klimatpåverkan.

Under 2020 har Peab tagit fram mer konkreta utsläppsmål, vilket formuleras som “2020 hade vi som delmål att minst halvera den egna verksamhetens utsläpp av växthusgaser (Scope 1 och 2) till 2030.” (Peab 2020, s. 25). Peabs utsläppsmål för 2020, där de siktar på att halvera utsläppen av växthusgaser (Scope 1 och 2) till 2030, utan att tydligt ange ett basår eller konkreta resultat, är ett exempel på användning av impression management. Den vaga formuleringen och frånvaron av detaljerad information kan ses som en tillämpning av *prestationstilldelning* och *tematisk manipulation* (Aerts, 2005; Jones, 2011). Dessutom presenteras resultatet i bilagan och inte i själva rapporten. Man väljer inte heller att jämföra med basår utan jämför enbart med föregående år. Detta kan ses som en form av *prestationsjämförelse*, en strategi som framhävs av Merkl-Davies & Brennan (2007). Genom att endast jämföra med det närmast föregående året, utan att ge en långsiktig kontext, kan Peab skapa en bild av större framsteg än vad som faktiskt är fallet. Vidare så ändrar Peab målet redan under 2021, vilket bidrar till en större komplexitet och gör målet svårare att förstå. Denna typ av rörlighet i målsättningen kan tolkas som en del av *visuell och strukturell manipulation*, vilket gör det möjligt för företaget att anpassa sin rapportering för att framhäva eller dölja viss information (Merkl-Davies & Brennan 2007). De nya målen, som presenteras i årsredovisningen för 2020, men börjar gälla 2021 visas i Bild 2.

## Bild 2

Peabs målsättning inom koldioxidutsläpp för år 2020



Kommentar: Från Peab (2020). *Års- och hållbarhetsredovisning 2020*, s. 11 Hämtad 2023-11-07.

Peabs beskrivning av de nya delmålen för 2030, som har skärpts under 2021 och nu presenteras som intensitetsmål, kan tolkas genom impression management-teorier. Enligt Aerts (2005) samt Merkl-Davies & Brennan (2007), kan användningen av intensitetsmål istället för absoluta mål tolkas som användning av strategin *val av resultatnummer*, då detta kan skapa en positiv bild av företagets miljöprestationer, även om den faktiska effekten av sådana mål kan vara begränsad på grund av externa faktorer såsom inflation. Det faktum att Peab inte specificerar hur de relaterar utsläppen till verksamhetens omfattning kan ses som en form av *visuell och strukturell manipulation*, där avsaknaden av detaljer gör det svårt för läsaren att bedöma målens faktiska betydelse (Merkl-Davies & Brennan, 2007). Att framhålla att de har skärpt sina mål kan vara ett sätt att lyfta fram positiva framtidsutsikter och visa på företagets ansvarstagande, enligt impression management-strategier beskrivna av Cüre m fl. (2020) och Talbot & Boiral (2018), även om inflationen kan påverka minskningen av utsläppsintensiteten och därmed den verkliga förbättringen av miljöprestandan. Således, även

om Peab presenterar att de har skärpt sina mål, kan detta i sig vara en användning av impression management för att skapa en bild av progressivitet och ambition i sitt hållbarhetsarbete, trots att de bakomliggande faktorerna kanske inte fullt ut stöder en sådan tolkning.

Från år 2015 till och med år 2022 har utsläppen hänförliga till Scope 3 minskat med 2%, medan målsättningen är att de ska minska med 50% till år 2030 (Peab 2022). De har alltså minskat med 2% på sju år och behöver nu minska med 48% på åtta år. Detta utfall kommenteras vid två tillfällen i årsredovisningen och formuleras då enligt följande:

*Koldioxidintensiteten utvecklas åt rätt håll när det gäller våra två klimatrelaterade mål, även om nedgången för insatsvaror och köpta tjänster är mindre än för egen produktion. Här gäller det att alla goda krafter samarbetar för att vi ska klara av den svåra klimatutmaning vi står inför. (Peab 2022, s. 3)*

*Utfallet efter 2022 visar att utvecklingen går åt rätt håll, om än i olika grad. Koldioxidintensiteten i den egna verksamheten har minskat med 43 procent sedan basåret 2015 och med två procent för insatsvaror och köpta tjänster. Det visar att den produktion vi själva har kontroll över är vi på god väg att ställa om, men utmaningen är större när vi är beroende av andra aktörer för att sänka våra koldioxidavtryck. (Peab 2022, s. 44)*

Dessa formuleringar kan ses som en tillämpning av strategierna *tematisk manipulation* och *prestationstilldelning* (Jones, 2011; Aerts, 2005). Genom att betona att "koldioxidintensiteten utvecklas åt rätt håll", trots att det bara har minskat med 2-procent på sju år, skapar Peab en bild av framsteg och positiv riktning. Denna positiva vinkling, även när de är långt ifrån sitt mål, är karaktäristisk för *tematisk manipulation* där positiva nyheter framhävs och de negativa utesluts eller nedspelas. När Peab kommenterar att "utmaningen är större när vi är beroende av andra aktörer för att sänka våra koldioxidavtryck", använder de sig av *prestationstilldelning*, genom att tillskriva de positiva utfallen till företagets interna åtgärder medan de negativa utfallen skylls på externa faktorer, vilket kan ses som ett sätt att försköna företagets image (Cüre m fl., 2020). Detta reflekterar även forskningen av Talbot & Boiral (2018) som påpekar att hållbarhetsredovisningar ofta visar upp ett engagemang som inte är sanningsenligt och att det finns brister i rapporteringen som försvårar jämförelser mellan bolag. Att inflation inte beaktas i deras måluppfyllelse kan även ses som en del av denna strategi, där den faktiska minskningen av koldioxidavtrycket kan vara mindre än rapporterat på grund av ekonomiska faktorer som inte nödvändigtvis representerar en reell förbättring i miljöprestandan.

Vidare väljer de i årsredovisningen för 2022 att lyfta fram Hagainitiativet vilket formuleras som:

#### ***Hagainitiativet***

*För tredje året har Hagainitiativet undersökt vilka av börsens 128 stora bolag som har mål att halvera sina utsläpp till 2030 i enlighet med 1,5-gradersmålet. I 2022 års undersökning fick Peab grönt ljus längs hela värdekedjan (Scope 1, 2 och 3). (Peab 2022, s. 40)*

Peabs framlyftande av Hagainitiativet, där de får grönt ljus längs hela värdekedjan (Scope 1, 2 och 3), kan tolkas som en form av impression management. Enligt forskning av Aerts (2005) och Merkl-Davies & Brennan (2007), kan detta vara ett exempel på *tematisk manipulation* och *prestationstilldelning*, där positiva nyheter framhävs och negativa utesluts eller nedspelas. Peabs beslut att inte kommentera den marginella minskningen av Scope 3-utsläppen kan också ses som en strategi för att skapa en positiv bild av företaget, trots att utsläppen bara har minskat med 2-procent. Genom att inte fokusera på de faktiska siffrorna

och istället lyfta fram en validering från en extern organisation, använder de sig av både *visuell och strukturell manipulation* samt *prestationstilldelning*, vilket innebär att de positiva utfallen tillskrivs företagets egna insatser, medan de negativa utfallen skylls på externa faktorer (Merkl-Davies & Brennan, 2007). Forskning av Cüre m fl. (2020) och Talbot & Boiral (2018) stödjer uppfattningen att hållbarhetsredovisning ofta används för att förbättra företagets image och rykte, vilket kan innebära att betydande miljöpåverkan undanhålls eller att framsteg överdrivs. Att Peab väljer att inte i större utsträckning kommentera den långsamma minskningen av Scope 3-utsläppen, samtidigt som de framhäver en positiv bedömning från Hagainitiativet, är i linje med dessa observationer och kan ses som en form av impression management där det verkliga miljöengagemanget kanske inte motsvarar det som presenteras.

#### 4.3.3 Skanska

Skanska har, likt de två andra studerade företagen, också följt samhällets utveckling mot ett allt större fokus på hållbarhet, vilket återspeglas i utvecklingen av deras hållbarhetsrapporter för de undersökta åren. Dock kan användandet av strategier inom impression management identifieras för samtliga år. I hållbarhetsrapporten för 2016 lyfter de den negativa påverkan på miljön som byggbranschen har enligt följande:

*Att uppföra och driva hus och anläggningar genererar avsevärda koldioxidutsläpp. Denna utmaning är också en möjlighet för Skanska att hjälpa samhället och därför strävar koncernen mot att minska sitt koldioxidutsläpp.* (Skanska 2016, s. 21)

Skanskas erkänner här bygg- och anläggningssektorns avsevärda miljöpåverkan men vänder det till en möjlighet för företaget att bidra positivt, vilket exemplifierar en användning av impression management. Enligt de strategier som diskuteras av Merkl-Davies & Brennan (2007), kan Skanskas tillvägagångssätt betraktas som *retorisk manipulation*, där de omformulerar en potentiellt negativ aspekt av verksamheten till en positiv möjlighet. Genom att göra detta, framstår företaget som en proaktiv och ansvarsfull aktör inom hållbarhetsområdet. Samtidigt som Skanska framhäver möjligheten att hjälpa samhället, underlåter de att ge konkreta mål eller detaljer kring hur de avser att minska sitt koldioxidutsläpp, vilket kan betraktas som *prestationstilldelning*. Denna strategi innebär att positiva utfall tillskrivs företagets egna insatser medan de undviker att nämna eller tar ansvar för eventuella negativa utfall (Jones, 2011; Aerts, 2005). Forskningen av Talbot & Boiral (2018) och Cüre mf. (2020) belyser vidare att företag ofta använder hållbarhetsredovisning som ett sätt att försköna sin image och att det finns brister i rapporteringen som gör det svårt att jämföra företags verkliga engagemang och prestationer. Medan Skanskas formulering i hållbarhetsrapporten kan verka positiv och ansvarstagande, är det således viktigt att ifrågasätta och kritiskt granska underliggande data och faktiska åtgärder som företaget vidtar för att minska sin miljöpåverkan.

Denna form av impression management fortsätter under hållbarhetsrapporten för 2018 då de formulerar sig enligt följande:

*Skanska har ställt sig bakom Parisavtalet och strävar efter att minska utsläppen av växthusgaser och tillhandahålla hållbara lösningar som hjälper kunder, samhället och andra intressenter att uppnå sina klimatmål. Skanska har som mål att kraftigt reducera utsläppen av växthusgaser fram till 2030.* (Skanska 2018, s. 78)

Denna formulering, där de framhäver sitt stöd till Parisavtalet och sitt arbete med att minska utsläpp av växthusgaser, är ett exempel på impression management. Genom att fokusera på

hur företaget kan hjälpa samhället och andra intressenter att uppnå klimatmål, använder Skanska sig av *tematisk manipulation*, vilket betyder att de framhäver positiva nyheter och undanhåller de negativa (Jones, 2011). Denna strategi ger intrycket av ett ansvarstagande företag och är särskilt vanlig i börsnoterade bolag där en positiv image är avgörande för investerarnas förtroende (Aerts, 2005; Merkl-Davies m.fl., 2011). Deras vaga målformuleringar, som att de "strävar efter att minska utsläppen" och att de "har som mål att kraftigt reducera utsläppen fram till 2030", kan betraktas som *prestationstilldelning* (Aerts, 2005). Detta innebär att de tillskriver positiva utfall till företagets egna åtgärder samtidigt som de undviker att nämna specifika mål och hur dessa ska uppnås.

Likt NCC lyfter Skanska fram en definition av Scope 3, där de förklarar att det berör indirekta utsläpp som härrör från källor som inte ägs eller direkt kontrolleras av företaget själva. När man sedan undersöker vad som faktiskt ingår i rapporteringen av Scope 3 framgår det att inte allt inkluderas. Denna rapportering av Scope 3-utsläpp är ett exempel på *visuell och strukturell manipulation*, där viktig information kan framhävas eller döljas (Merkl-Davies & Brennan, 2007). Genom att inte inkludera all information om Scope 3-utsläpp, skapar Skanska en bild av att de tar ett omfattande ansvar för indirekta utsläpp, även om det i själva verket är så att inte alla källor rapporteras. Denna brist på transparens kritiserar i forskning av Talbot & Boiral (2018) och Cüre mf. (2020), som menar att hållbarhetsredovisning ofta används för att skapa en bättre image än vad som är motiverat genom faktiska handlingar och resultat.

Både NCC och Peab har valt att använda år 2015 som basår för utsläpp inom Scope 3, Skanska väljer däremot att använda år 2020 som basår för dessa utsläpp och motiverar detta genom:

*Basår för Skanskas klimatmål har fastställts baserat på datakvaliteten. Skanska har mätt och rapporterat växthusgasutsläpp sedan 2008. Det första året med översiktlig extern granskning av växthusgasutsläpp var 2014. 2020 är första året då alla affärsenheter rapporterar scope 3 data, och 2020 kommer även att vara basår för scope 3 växthusgasutsläpp. (Skanska 2020, s. 85)*

Skanskas val att använda år 2020 som basår för sina Scope 3-utsläpp, motiverat med datakvaliteten och den omfattande rapporteringen från alla affärsenheter, speglar en medveten strategi inom impression management. Enligt Aerts (2005), kan detta beslut vara kopplat till *prestationstilldelning*, där företaget kan framhäva sin noggrannhet i datainsamling och rapportering som en positiv intern åtgärd. Det kan också ses som en del av *tematisk manipulation*, som diskuteras av Jones (2011), genom att betona företagets anpassning till Parisavtalet och dess mål för att reducera växthusgaser. Denna strategi kan ge ett intryck av ökad transparens och ansvarstagande jämfört med företag som använder äldre basår utan att kunna presentera data för dessa år (Merkl-Davies & Brennan, 2007). Samtidigt kan det också vara ett sätt för Skanska att undvika direkt jämförelse med andra företag som NCC och Peab, vilka använder 2015 som basår, och därmed potentiellt försköna sin egen klimatpåverkan genom att välja ett senare basår (Talbot & Boiral, 2018). Den negativa effekten på jämförbarhet över tid som Skanskas beslut har kan ses som en nackdel, men att välja ett basår där fullständig data finns kan också göra informationen mer begriplig och trovärdig för intressenter.

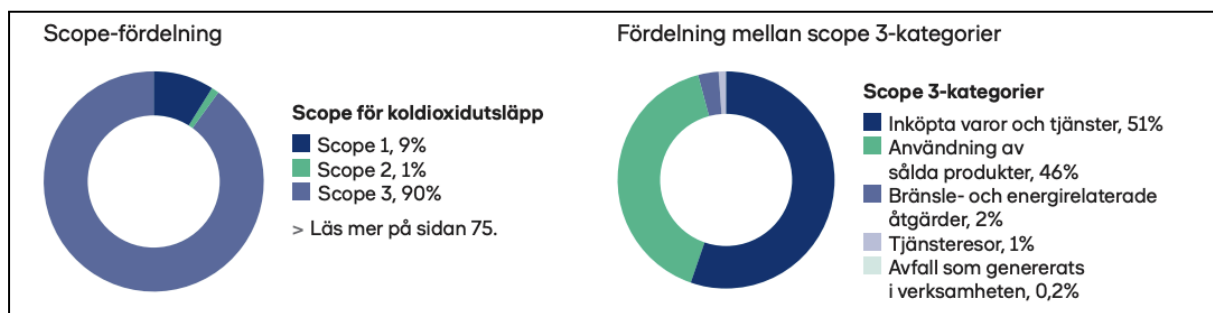


Under 2020 presenterar Skanska nya klimatmål, där ett av målen är att bli klimatneutrala till år 2045. Genom att presentera detta mål som om det vore de själva som tagit fram det, trots att det är en branschöverenskommelse, använder sig Skanska av *prestationstilldelning*, där företaget framhäver sitt klimatengagemang, trots att målet är framtaget gemensamt inom byggbranschen (Merkl-Davies & Brennan 2007). De använder sig också av *tematisk manipulation*, då de framhäver företagets positiva ambitioner och skapar en bild av Skanska som en ledande aktör inom hållbarhet och klimatarbete (Jones 2011).

I hållbarhetsrapporten för 2022 ökar transparensen kring vad som faktiskt mäts och redovisas inom Scope 3 (se Bild 3).

### Bild 3

*Visualisering av utsläppsfördelning mellan Scope samt inom Scope 3*



*Kommentar.* Från Skanska (2022). *Års- och hållbarhetsredovisning 2022*, s. 76. Hämtad 2023-11-07.

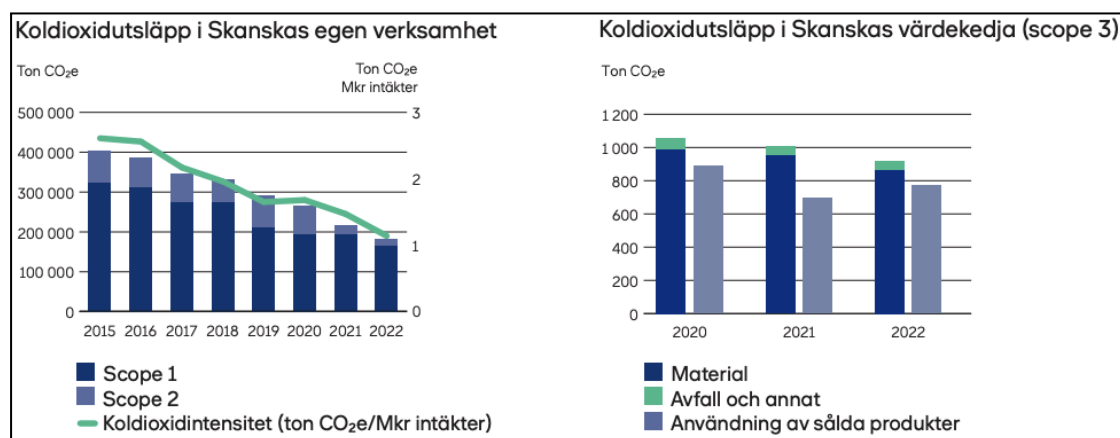
Skanskas ökade transparens i hållbarhetsrapporten för 2022, specifikt kring redovisningen av Scope 3-utsläpp, reflekterar ett förbättrat försök att kommunicera sitt miljöarbete. I bilden går det att se fördelningen av Scope-utsläppen, som ger en överblick över Skanskas klimatpåverkan, där majoriteten av utsläppen tydligt faller inom Scope 3. Denna framställning kan hjälpa till att illustrera företagets ansvar utöver den direkta verksamheten och är i enlighet med en strategi för att framhäva företagets omfattande åtgärder för att minska utsläppen.

I Bild 4, där utsläppen från samtliga Scope redovisas i tabeller, är utsläppen från Scope 1 & 2 staplade på varandra medan Scope 3 delas upp i separata kategorier. Detta kan tolkas som ett sätt att fragmentera och därmed potentiellt minska uppfattningen av den totala miljöpåverkan. Detta sätt att presentera informationen kan ses som en användning av *visuell och strukturell manipulation* där Skanska väljer att belysa minskningen i sina direkta utsläpp, medan de mindre framträdande minskningarna inom Scope 3 inte ges lika mycket uppmärksamhet. Detta stöds av tidigare forskning som Cüre m fl. (2020) och Talbot & Boiral (2018), vilka pekar på att företag ofta använder hållbarhetsredovisning för att måla upp en positiv bild snarare än att ge en fullständig och balanserad rapport om deras faktiska miljöprestanda. Genom att inte inkludera en trendlinje för Scope 3, undviker Skanska att framhäva att de kanske inte är lika framgångsrika i att minska dessa indirekta utsläpp som de är med sina

direkta utsläpp, vilket kan vara ett medvetet val för att hålla fokus på de mer positiva aspekterna av deras miljörapportering.

#### Bild 4

##### Redovisning av utsläpp uppdelat på Scope 1 & 2 och Scope 3



Kommentar: Från Skanska (2022). Års- och hållbarhetsredovisning 2022, s. 76. Hämtad 2023-11-07.

Ett annat exempel på användandet av impression management i hållbarhetsrapporten för år 2022 är att utsläppen inom Scope 3 för år 2020 uppges vara 1 945 000 ton i denna rapport, samtidigt som dessa utsläpp i rapporten för år 2020 uppgavs vara 1 871 537 (Skanska 2020, Skanska 2022). I enlighet med forskning av Merkl-Davies & Brennan (2007), kan justeringar av historiska data ses som en form av *prestationsjämförelse*, där företag anpassar siffror för att göra framstegen mot miljömålen mer imponerande. Denna taktik kan även kopplas till det som Aerts (2005) beskriver som *prestationstilldelning*, där företaget tillskriver positiva utfall till sina egna åtgärder genom att anpassa basårssiffror och därmed framhäva sin framgång i att minska utsläppen. Att höja siffror i efterhand kan därför vara en del av en bredare impression management-strategi där Skanska syftar till att förstärka uppfattningen av att de gör större framsteg än vad som faktiskt är fallet. Denna typ av manipulation kan emellertid underminera förtroendet för företagets rapportering och kasta tvivel över deras genuina engagemang för miljömässig hållbarhet.

#### Figur 4

##### Sammanfattning över använda impression management strategier i företagen

Impression Management strategier	NCC	Peab	Skanska
Presationsjämförelser	Förekommer	Förekommer	Förekommer
Prestationstilldelning	Förekommer	Förekommer	Förekommer
Retorisk manipulation	Förekommer	Förekommer	Förekommer
Tematisk manipulation	Förekommer	Förekommer	Förekommer
Val av reultalnummer	Förekommer	Förekommer	
Visuell och strukturell manipulation	Förekommer	Förekommer	Förekommer

#### 4.4 Jämförbarhet mellan företagen

Finansinspektionen tar upp problematiken med att kunna jämföra företagens hållbarhetsredovisningar kopplat till mål och måluppfyllelse (2020). Orsaken till problematiken tros bero på att det finns olika regleringar och ramverk att tillämpa och att dessa inte har definierat hur företag skall rapportera sina resultat. Dessutom ger regleringarna utrymme för företagen att göra sina egna tolkningar i hur de ska redovisa. Denna problematik blir tydlig vid granskning av hållbarhetsrapportering från Skanska (2020), NCC (2020) och appendix från Peab (2020) där alla tre bolag definierar och redovisar Scope 3 på olika sätt. Scope 1-2 rapporteras definieras och redovisas mer likvärdigt vilket ger bättre möjlighet för jämförelse mellan företagen.

Under 2016-2018 är problematiken att jämföra koldioxidutsläppen som störst mellan företagen vilket beror på att Peabs siffror inte är tillförlitliga och därmed inte användbara för jämförelse (Peab, 2020). Orsaken till detta är enligt Peab är att de under 2020 har haft en tätare dialog med sina leverantörer för att höja kvaliteten på den insamlade datan och statistiken av koldioxidutsläpp vilket resulterar i att det redovisade resultat i Scope 1-3 år 2020 inte är jämförbara med resultaten från tidigare år (Peab, 2020). Denna information gör att det inte går att jämföra varken 2016 eller 2018 mellan de tre företagen. Detta är också något som ifrågasätter kvaliteten, validiteten och trovärdigheten av Peabs rapporter från de tidigare åren. Från 2020 års rapportering har Peab valt att lyfta ut delar av sin hållbarhetsrapport från årsredovisningen och information om ändringen återfinns i deras appendix. Att Peab selektivt väljer att ut information ur sin rapport kopplas ihop med användandet av impression management strategin *tematisk manipulation* (Merkl-Davies & Brennan, 2007). Enligt FAR IAS 1 som beskriver utformning av finansiella rapporter skall all information som är väsentlig för läsaren av rapporten finnas med i de finansiella rapporterna (2023). Nu finns inte samma ramverk för hållbarhetsrapportering men skulle de ha haft det så hade denna information anses som väsentlig och skulle tydligt finnas med redovisningen (FAR, 2023).

Det går att utläsa hur stora minskningarna är i termen CO<sub>2</sub>e som är en emissionsfaktor som Greenhouse Gas Protocol rekommenderar att företag använder sig av vid rapportering av de olika scopen (Naturvårdsverket, 2023). Trots mätningen i samma term finns det en osäkerhet i underlaget till mätningarna. Trovärdigheten och tillförlitligheten av mätningarna anses svag på grund av bristen på hur mätningen skall gå till (Finansinspektionen, 2020). Statistiken av de olika företagens CO<sub>2</sub>e utsläpp är inte anpassade efter företagens storlek och det blir därför otydligt att se vilket av företagen som presterar bäst de olika åren.

Något som kan jämföras utifrån rapporterna är företagens mål när det gäller koldioxid, alla tre företagen tar upp Parisavtalet, Agenda 2030 och målet om att vara klimatneutrala 2045. Detta är mål som kommer utifrån till företaget vilket speglar argumentationen av Finansinspektionen (2020) om att hållbarhetsrapporterna skapas utifrån företagen och är inte beslut som kommer inifrån verksamheten. Detta är också en impression management teknik där företagen beskriver målen som att de själva har beslutat om att följa de och att det kommer ifrån deras affärsidé och syfte. Det går därför att konkretisera om målen bestäms av utomstående aktörer. Jämförs istället delmålen i rapporterna går det att se en viss skillnad mellan Peab och Skanska som har att de vill minska sina klimatutsläpp i Scope 1-2 med 50% och NCC som vill minska med 60%. För Scope 3 ser det olika ut för företagen NCC och

Skanska specificerar mål för Scope 3 redan vid 2020 års hållbarhetsredovisning (NCC, 2020 & Skanska 2020), medan Peab tar upp Scope 3-mål först under 2022 (Peab, 2022).

## 5. Diskussion och slutsats

---

*I denna del diskuteras det empiriska underlaget och analysen, där dessa delar ställs mot tidigare forskning som har behandlats i den teoretiska referensramen. Därigenom kommer studiens bidrag till befintlig forskning kunna presenteras. Därefter kommer studiens slutsatser, som grundar sig i studiens diskussion, presenteras. Slutsatserna avser att besvara studiens frågeställningar och syfte. Vidare kommer förslag på framtida forskning presenteras innan studien avslutas med att diskutera studiens begränsningar.*

---

### 5.1 Diskussion

#### Redovisning av mål och prestation avseende koldioxidutsläpp

Företagens rapportering av koldioxidutsläpp är en viktig aspekt av miljöansvar och transparens. Denna studie visar att det finns en märkbar variation i hur företag inom byggsektorn rapporterar sina mål och prestationer relaterade till koldioxidutsläpp. Denna variation kan delvis tillskrivas bristen på tydlighet i den rådande regleringen. Å ena sidan finns det lagar som ställer krav på företagets redovisning. Å andra sidan finns det en flexibilitet i hur dessa lagar implementeras, vilket ger utrymme för företagets egna tolkningar och strategier.

Forskningen inom området har belyst denna variation och de utmaningar som följer. Till exempel har He m. fl. (2021) i sin forskning påpekat en osäkerhet kring kvaliteten på dessa rapporteringar. Vilket delvis förklaras bero på den stora friheten kring hur redovisningen ska upprättas. Detta är något som också kan påvisas i denna studie, där det framgår att avsaknaden av tydlig reglering kring hur redovisningen ska upprättas leder till att det finns variation mellan företagets sätt att redovisa sina utsläpp. Ytterligare forskning har belyst liknande mönster i andra sektorer, vilket indikerar en brist på standardisering i miljörapportering över olika branscher (Talbot & Boiral, 2018). Denna brist på enhetlighet kan göra det svårt för intressenter att jämföra och utvärdera företagets faktiska miljöprestationer. Detta blir i synnerhet tydligt vad det gäller företagets sätt att redovisa sina utsläpp i Scope 3. Företagen väljer att inkludera olika utsläppskällor i detta Scope, vilket har en negativ effekt på jämförbarheten.

Studiens resultat påvisar att trots en ökad medvetenhet och fokus på miljömässig hållbarhet, finns det fortfarande betydande utmaningar i hur företag rapporterar och kommunicerar sina koldioxidrelaterade mål och prestationer. Detta understryker behovet av fortsatt forskning och utveckling av mer enhetliga och transparenta redovisningsmetoder inom området.

#### Användning av Impression Management

Användning av impression management utgör en viktig aspekt av företagets kommunikation om miljöprestationer, särskilt inom rapportering av koldioxidutsläpp. Studiens resultat indikerar att byggföretag aktivt använder impression management för att forma hur de framställer sina miljöinsatser. Denna praxis kan inkludera selektiv informationstilldelning,

där företagen betonar positiva aspekter av sin miljöprestation medan de undanhåller mindre gynnsamma aspekter. Detta resonemang är i linje med forskning utförd av Jones (2011), som belyser hur företag väljer att kommunicera specifika miljöinsatser för att förbättra sin image. Forskning av Brennan och Merkl-Davies (2007), undersöker användningen av impression management som ett sätt att påverka intressenters uppfattningar om företagets prestationer. Deras studie kommer fram till att företag ofta använder dessa impression management för att forma en fördelaktig bild och lyfter fram sju olika strategier företag använder sig av. Samtliga av dessa impression management-strategier har identifierats i de undersökta rapporterna från byggföretagen. Liknande resultat har rapporterats av Aerts (2005), som diskuterar hur företag ibland kan överdriva sina miljöinsatser i kommunikationen för att skapa ett positivt intryck, där man ofta också tillskriver företaget positiva resultat, medan negativa skylls på omvärlden. Detta kan leda till en diskrepans mellan rapporterad information och verklighet, vilket också speglar resultaten av denna studie.

Forskning av He m.fl. (2021) och Hartmann m.fl. (2013) har tidigare pekat på hur bristfällig reglering och brist på standardisering kan ge företag en möjlighet att använda impression management för att förbättra sin image. Detta påvisas även i denna studie där det framkommer att brist på tydlighet i lagar och direktiv kring hur koldioxidutsläpp ska redovisas skapar en situation där företag har ökat utrymme att använda impression management. Detta är något som företagen gör genom att forma sin rapportering på ett sätt som gynnar dem själva. Denna koppling mellan företags användning av impression management och bristfällig reglering är av betydelse och påverkar både företagets rapportering och intressenternas förmåga att utvärdera företagets faktiska miljöprestationer. Samtidigt gör den bristfälliga regleringen att det emellanåt kan vara svårt att avgöra om ett företag använder sig av impression management. Detta då regleringen lämnar utrymme för tolkning, där olika företag kan tolka informationen på olika sätt och att det därav uppstår skillnader mellan företagets redovisning. Dessa skillnader skulle således inte behöva bero på användning av impression management, utan istället på att företagen tolkar informationen på olika sätt.

Studiens resultat kan också bidra till forskningen genom att det har undersökts hur impression management används vid framtagandet av tabeller och grafer inom hållbarhetsredovisningen. Studien har kunnat påvisa att impression management förekommer även inom dessa delar, då det förekommer att tabeller och grafer visualiseras på ett sätt som är tänkt att skapa en så positiv bild av företaget som möjligt, med risk för att det ger en missvisande bild av företagets faktiska prestationer. Studier kring detta är något som har efterfrågats av bland annat Cüre m.fl. (2020).

Studien påvisar att användningen av impression management vid koldioxidrapportering är komplex och påverkas av flera faktorer, däribland regleringens tydlighet eller brist på sådan. Resultaten av studien och dess koppling till tidigare forskning betonar behovet av att både förtydliga och stärka regleringen inom miljörapportering och att intressenter bör vara medvetna om risken för impression management i företagets kommunikation om miljöinsatser.

### Jämförbarhet mellan företagens koldioxidredovisning

En viktig aspekt av denna studie är att utvärdera jämförbarheten mellan företagens koldioxidredovisning. Jämförbarhet är avgörande eftersom den möjliggör en effektiv bedömning av företagens miljöprestationer och gör det möjligt för intressenter att fatta informerade beslut.

Resultaten från denna studie visar att företagen inom byggsektorn har olika tillvägagångssätt när det gäller att redovisa koldioxidutsläpp. Detta innebär att det kan vara svårt att jämföra och bedöma deras miljöprestationer på ett enhetligt sätt. Vissa företag kan vara mer detaljerade och transparenta i sin redovisning, medan andra kan vara mer återhållsamma och selektiva i den information de delar. Forskning inom området, såsom studien av Talbot & Boiral (2018) har tidigare betonat vikten av jämförbarhet inom hållbarhetsrapportering. Jämförbarhet möjliggör att intressenter kan sätta företagens prestationer i relation till varandra och fatta beslut baserade på jämförbara data. När företagens redovisningssätt varierar kraftigt kan det vara svårt att göra sådana jämförelser.

Bristen på enhetliga standarder och riktlinjer för koldioxidredovisning, som diskuteras i forskning av Kasperzak m.fl. (2023) och He m.fl. (2021) är en faktor som kan påverka jämförbarheten negativt. Utan tydliga ramar kan företagen själva bestämma hur de vill redovisa sina koldioxidutsläpp, vilket skapar en mångfald av metoder och indikatorer. Denna diversitet i redovisning kan göra det utmanande att jämföra och utvärdera företagens prestationer. Detta exemplifieras genom att de undersökta företagen väljer att inkludera olika delar i Scope 3, något som försvårar jämförbarheten avsevärt. Dessutom har studiens resultat påvisat att vad som innefattas i de olika Scopen har förändrats över tid inom företagen, vilket gör att det också blir svårt att göra jämförelser för ett enskilt företag över tid. Ytterligare stöd för detta kan hämtas från studien av Hartmann m.fl. (2013) som betonar att brist på enhetliga standarder inom miljörapportering kan leda till ökad svårighet att jämföra och bedöma företags prestationer. Deras forskning belyser även hur brist på standardisering möjliggör för företag att anpassa sin redovisning för att framhäva fördelaktiga aspekter, vilket kan leda till ökad användning av impression management.

Sammanfattningsvis visar denna studie att jämförbarheten mellan företagens koldioxidredovisning inom byggsektorn kan vara utmanande på grund av varierande redovisningsmetoder. Denna variation uppstår delvis till följd av att det saknas tydlighet i regleringen kring hur denna redovisning ska upprättas. Detta skapar i sin tur utrymme för ökad användning av impression management, vilket leder till att variationen av redovisningsmetoder ökar än mer. Det är således av stor vikt att fortsätta arbetet med att förbättra jämförbarheten genom att utveckla tydligare riktlinjer för koldioxidredovisning. Denna utveckling skulle underlätta en mer effektiv bedömning av företagens miljöprestationer och möjliggöra informerade beslut från intressenternas sida.

## 5.2 Slutsats och studiens bidrag

Denna studie har undersökt hur företag inom byggsektorn redovisar sina mål och prestationer relaterade till koldioxidutsläpp, hur impression management används i denna redovisning samt hur jämförbarheten mellan företagens koldioxidredovisning ser ut. Resultaten visar att det råder en signifikant variation i hur koldioxidutsläpp rapporteras. Denna variation kan till stor del tillskrivas de bristfälliga och otydliga regleringarna som råder inom området, vilket skapar utrymme för företagen att tolka och implementera dessa på olika sätt. Studien belyser även användningen av impression management som ett verktyg för att positivt påverka företagens image. Genom att selektivt presentera information, överdriva sina miljöinsatser, eller undanhålla mindre gynnsamma aspekter, kan företagen skapa en fördelaktig bild av sina miljöprestationer. Studien har även kunnat bidra till forskningen genom att påvisa att impression management också används vid framtagandet av grafer och tabeller inom hållbarhetsredovisningen. Det har påvisats att grafer och tabeller kan visualiseras på vilseledande sätt, där syftet är att skapa en så positiv bild av företaget som möjligt.

En av de mest framträdande effekterna av dessa faktorer, alltså variationen tillsammans med användandet av impression management, är påverkan på jämförbarheten mellan företagens koldioxidredovisning. Bristen på enhetliga standarder och riktlinjer för koldioxidredovisning bidrar till en situation där företagen kan välja olika metoder för att redovisa sina utsläpp, vilket försvårar en objektiv bedömning och jämförelse av deras miljöprestationer. Det bidrar också till ökad möjlighet för företagen att använda sig av impression management i sin redovisning, vilket har ytterligare negativ effekt på jämförbarheten.

Utifrån studiens forskningsfrågor kan slutsatsen dras, med grund i studiens resultat och diskussion, att företagens sätt att redovisa koldioxidutsläpp, användningen av impression management och jämförbarheten mellan företagen tydligt går att koppla till rådande reglering. Trots att företagen följer samma reglering så har bristen på tydlighet kring hur redovisningen ska upprättas stor effekt på dessa tre aspekter. Det medför en variation i hur företagen redovisar sina utsläpp. Samtidigt ökar det möjligheten att använda olika impression management-strategier, vilket gör att variationen blir än mer påtaglig. Detta gör att jämförbarheten mellan företagen blir lidande. Studien framhäver därför ett tydligt behov av att utveckla mer enhetliga och transparenta redovisningsmetoder för koldioxidutsläpp. Förbättrade standarder och riktlinjer skulle inte bara öka jämförbarheten mellan företagens miljöprestationer, utan också kunna bidra till att minska användningen av impression management och därmed öka trovärdigheten i miljörapporteringen. Studien understryker vikten av fortsatt forskning och utveckling inom området för att stärka miljörapporteringens kvalitet och tillförlitlighet, vilket är en viktig aspekt för att möjliggöra informerade beslut från intressenternas sida men också för att främja en mer hållbar utveckling inom branschen.

## 5.5 Förslag till framtida studier och forskning

För att fördjupa förståelsen och kunskapen inom hållbarhetsrapportering och miljöpåverkan, föreslås flera områden för framtida forskning. Ett centralt område är en jämförande analys av globala standarder för hållbarhetsrapportering. Genom att studera hur internationella ramverk påverkar rapportering av koldioxidutsläpp kan man förstå skillnader och likheter i tillämpning. Här kan det vara synnerligen intressant att genomföra en liknande studie efter det att CSRD har tagits i bruk, för att därigenom kunna undersöka vilken effekt det nya direktivet har på redovisningen av koldioxidutsläpp. Vid en sådan studie skulle det vara



synnerligen intressant att undersöka om det nya direktivet har kunnat hjälpa till att begränsa användningen av impression management och därigenom också öka jämförbarheten mellan företagens sätt att redovisa sina utsläpp.

Framtida forskning kan också inrikta sig på olika sektorer eller tekniker. Sektorspecifika kan vara där man fördjupar sig i specifika utmaningar och bästa praxis för olika branscher. Detta kan innefatta jämförelser mellan sektorer och analys av sektorsövergripande strategier för hållbarhet. Genom inriktning på teknikens roll kan det handla om AI och blockchain, för att förbättra kvaliteten och tillförlitligheten i koldioxiddata, detta är ytterligare ett relevant forskningsområde som skulle kunna inkludera utveckling av nya metoder för datainsamling och -hantering.

Slutligen är forskning kring intressenters uppfattningar om företags hållbarhetsrapporter av stor vikt. Detta område skulle kunna undersöka hur olika grupper, som konsumenter, investerare och regelgivare, uppfattar och reagerar på hållbarhetsinformation, och hur detta i sin tur påverkar företagens strategier och policyer.

Genom dessa forskningsinriktningar skulle vi kunna få en djupare förståelse för hållbarhetsrapporteringens dynamik och dess inverkan på miljö och samhälle.

## 5.6 Studiens begränsningar

Denna studie har några begränsningar som bör beaktas när man tolkar resultaten. Först och främst är urvalet av byggbolag begränsat, vilket kan påverka möjligheten att generalisera resultaten till hela branschen. Studien baseras även på offentligt tillgängliga data, vilket innebär att viktig information som inte är offentliggjord kan ha utelämnats. Denna data är framtagen av företagen själva vilket gör att de siffror som finns i underlaget är de siffror som företagen själva har valt ut. Detta har en påverkan kring att undersöka företagens prestation i förhållande till mål, men har inte haft lika stor inverkan vad det gäller att undersöka användandet av impression management-strategier. Samtidigt har tidsramen för studien varit begränsad vilket medför att en begränsning är att det inte har funnits tid till att gå djupare in på vissa delar.

En annan begränsning med studien har varit att de olika impression management-strategierna tämligen ofta har använts i kombination med varandra. Något som har lett till svårigheter kring att presentera användningen av de olika strategierna separat i det empiriska resultatet, vilket annars hade kunnat vara en tydligare struktur för empirin. Vidare kan den metod som användes för datainsamling och analys ha lett till subjektiva tolkningar, vilket kan påverka resultatens objektivitet. Slutligen begränsas studien av dess teoretiska ramverk, som kan ha påverkat tolkningen av data och resultaten. Framtida forskning inom detta område bör sträva efter att inkludera en bredare och mer varierad datakälla samt överväga att använda blandade metoder för att förbättra studiens omfattning och djup.

## Källförteckning

Aerts, W. (2005). Picking up the pieces: impression management in the retrospective attributional framing of accounting outcomes. *Accounting, Organizations and Society*, 30(6), pp.493–517. doi:<https://doi.org/10.1016/j.aos.2004.07.001>.

Andersen, I. G. K., Ishii, N., Brooks, T. M., Cummis, C., Fonseca, G., Hillers, A., Macfarlane, N., Nakićenović, N., Moss, K., Rockström, J., Steer, A., Waughray, D., & Zimm, C. (2020). Defining ‘science-based targets.’ *National Science Review*, 8(7). <https://doi.org/10.1093/nsr/nwaa186>

Boverket (2023). *Utsläpp av växthusgaser från bygg- och fastighetssektorn*. Boverket. Hämtad 2023-11-10  
<https://www.boverket.se/sv/byggande/hallbart-byggande-och-forvaltning/miljoindikatorer---aktuell-status/vaxthusgaser/>.

Bebbington, J., Larrinaga, C., O’dwyer, B. and Thomson, I. (2021). *Routledge handbook of environmental accounting*. Milton Park, Abingdon, Oxon ; New York, Ny: Routledge.

Blomkvist, P. Hallin, A. & Lindell, E. (2018). *Metod för företagsekonomer*. Lund: Studentlitteratur.

Brennan, N. M., & Merkl-Davies, D. M. (2013). *Accounting narratives and impression management*. *The Routledge companion to accounting communication*, 109-132.

Bryman, A. & Bell, E. (2017). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. 3:e uppl. Stockholm:Liber

Cüre, T., Esen, E. & Çalıskan A.Ö. (2020). *Impression Management in Graphical Representation of Economic, Social, and Environmental Issues: An Empirical Study*. Sustainability (Basel, Switzerland), 2020, Vol.12 (12), p.379, Article 379

Diouf, D. & Boiral, O. (2017). *The quality of sustainability reports and impression management A stakeholder perspective*. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 30 No. 3, pp. 643-667.

Downie, J. and Stubbs, W. (2012). Corporate Carbon Strategies and Greenhouse Gas Emission Assessments: The Implications of Scope 3 Emission Factor Selection. *Business Strategy and the Environment*, 21(6), pp.412–422. doi:<https://doi.org/10.1002/bse.1734>.

Elo, S., Käriäinen, M., Kanste, O., Pölkki, T., Utriainen, K. and Kyngäs, H. (2014). Qualitative content analysis: A focus on trustworthiness. *SAGE Open*, [online] 4(1), pp.1–10. doi:<https://doi.org/10.1177/2158244014522633>.

FAR online (2023). *IAS 1 Utformning av finansiella rapporter*. Hämtad 2023-12-15.  
<https://www.faronline.se/dokument/ifrs/ias/ias0001/>

FAR online (2023). *Frivillig eller lagstadgad hållbarhetsrapportering*. Hämtad 2023-12-19.  
<https://www.far.se/kunskap/hallbarhet/far-forklarar-hallbarhet/frivillig-eller-lagstadgad-hallbarhetsrapportering/>

Finansinspektionen (2020). *Hållbarhetsrapportering och behoven av ökad transparens och jämförbarhet*. Hämtad 2023-12-14  
<https://www.fi.se/sv/publicerat/rapporter/rapporter/2020/hallbarhetsrapportering-och-behoven-av-okad-transparens-och-jamforbarhet/>

Fossilfritt Sverige. (2018). *Färdplan för fossilfri konkurrenskraft: Bygg- och anläggningssektorn*. Hämtad 2023-11-10  
[https://fossilfritt Sverige.se/wp-content/uploads/2021/10/Fardplan\\_for\\_fossilfri\\_bygg\\_och\\_anlaggningssektor\\_20181228-1.pdf](https://fossilfritt Sverige.se/wp-content/uploads/2021/10/Fardplan_for_fossilfri_bygg_och_anlaggningssektor_20181228-1.pdf).

Gieseckam, J., Norman, J., Garvey, A., & Betts-Davies, S. (2021). *Science-Based Targets: On Target?*. *Sustainability*, 13(1657).

Globala målen. (2018). *Mål 13: Bekämpa klimatförändringarna - Globala målen*. Hämtad 2023-12-14  
<https://www.globalamalen.se/om-globala-malen/mal-13-bekampa-klimatforandringarna/>.

Graneheim, U.H., Lindgren, B.-M. and Lundman, B. (2017). Methodological challenges in qualitative content analysis: A discussion paper. *Nurse Education Today*, 56(1), pp.29–34.  
doi:<https://doi.org/10.1016/j.nedt.2017.06.002>.

Greenhouse Gas Protocol (2015). *The Greenhouse Gas Protocol: A Corporate Accounting and Reporting Standard*. Hämtad 2023-11-16 <https://ghgprotocol.org/corporate-standard>

Greenhouse Gas Protocol (2016). *About Us*.  
Hämtad 2023-11-16. <https://ghgprotocol.org/about-us>.

GRI (2021). *A Short Introduction to the GRI Standards*. Hämtad 2023-11-23.  
<https://www.globalreporting.org/media/wtafl4tw/a-short-introduction-to-the-gri-standards.pdf>

Gulluscio, C., Puntillo, P., Luciani, V., & Huisingh, D. (2020). *Climate Change Accounting and Reporting: A Systematic Literature Review*. *Sustainability*, 12(13), 5455.

Hartmann, F., Perego, P., & Young, A. (2013). *Carbon Accounting: Challenges for Research in Management Control and Performance Measurement*. *Abacus*, 49 (4), 539-563.

He, L., Pan, Y., & Tian, G. (2021). *Corporate carbon accounting: A literature review of carbon accounting research from the Kyoto Protocol to the Paris Agreement*. *Accounting & Finance*, 61(1), 5-41. <https://doi.org/10.1111/acfi.12708>

Johansen, T.R. (2016). EU Regulation of Corporate Social and Environmental Reporting. *Social and Environmental Accountability Journal*, 36(1), pp.1–9.  
doi:<https://doi.org/10.1080/0969160x.2016.1148948>.

Jones, M. (2011). *Creative Accounting, Fraud and International Accounting Scandals*. Somerset: Wiley

Jones, J, M (2011). *The nature, use and impression management of graphs in social and environmental accounting*. *Accounting Forum* 35 (2011), 75-89.  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0155998211000147>

Kanton (2021). *GRI STANDARDS 21*. Hämtad 2023-12-12.  
<https://www.kanton.se/nyheter/gri-standards-2021>

Kasperzak, R., Kureljusic, M., Reisch, L., & Thies, S. (2023). *Accounting for Carbon Emissions—Current State of Sustainability Reporting Practice under the GHG Protocol*. *Sustainability*, 15(994). <https://www.mdpi.com/2071-1050/15/2/994>

Marton, J. Sandell, N. & Stockenstrand, A. (2023). *Financial Accounting*. Lund: Studentlitteratur.

Naturvårdsverket (2023). *Beräkning enligt GHG Protocol eller ISO-standard*. Hämtad 2023-12-14.

<https://www.naturvardsverket.se/vagledning-och-stod/luft-och-klimat/berakna-klimatpaverkan/berakning-enligt-ghg-protocol-eller-iso-standard/>

Naturvårdsverket (2023). *Klimatet och bygg- och fastighetssektorn*. Hämtad 2023-11-10  
<https://www.naturvardsverket.se/amnesomraden/klimatomstallningen/omraden/klimatet-och-bygg--och-fastighetssektorn/>.

Merkel-Davies, D. M., Brennan, N., 2007. "Discretionary disclosure strategies in corporate narratives : incremental information or impression management?," Open Access publications 10197/2907, Research Repository, University College Dublin.

Merkel-Davies, D. M., Brennan, N. M., & McLeay, S. J. (2011). *Impression management and retrospective sense-making in corporate narratives*. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 24(3), 315–344.  
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/0951357111124036/full/html>

NCC (2016). *Årsredovisning 2016*. Hämtad 2023-11-07

<https://www.ncc.se/investor-relations/rapporter--publikationer/arsredovisningar/>

NCC (2018). *Årsredovisning 2018*. Hämtad 2023-11-07

<https://www.ncc.se/investor-relations/rapporter--publikationer/arsredovisningar/>

NCC (2020). *Årsredovisning 2020*. Hämtad 2023-11-07

<https://www.ncc.se/investor-relations/rapporter--publikationer/arsredovisningar/>

NCC (2022). *Årsredovisning 2022*. Hämtad 2023-11-07

<https://www.ncc.se/investor-relations/rapporter--publikationer/arsredovisningar/>

Peab. (u.å.). *Vår verksamhet*. Hämtad 2023-11-07

<https://peab.se/om-peab/lar-kanna-oss/var-verksamhet/>

Peab (2016). *Års- och hållbarhetsredovisning 2016*. Hämtad 2023-11-07.

<https://peab.se/om-peab/bolagsinformation/investerare/finansiella-rapporter/>

Peab (2018). *Års- och hållbarhetsredovisning 2018*. Hämtad 2023-11-07.

<https://peab.se/om-peab/bolagsinformation/investerare/finansiella-rapporter/>

Peab (2020). *Års- och hållbarhetsredovisning 2020*. Hämtad 2023-11-07.

<https://peab.se/om-peab/bolagsinformation/investerare/finansiella-rapporter/>

Peab (2020). *Appendix med hållbarhetsdata och GRI-index 2020.*. Hämtad 2023-11-07.

<https://peab.se/om-peab/bolagsinformation/investerare/finansiella-rapporter/>

Peab (2022). *Års- och hållbarhetsredovisning 2022*. Hämtad 2023-11-07.

<https://peab.se/om-peab/bolagsinformation/investerare/finansiella-rapporter/>

Peab (2022). *Appendix med hållbarhetsdata och GRI-index 2022.*. Hämtad 2023-11-07.

<https://peab.se/om-peab/bolagsinformation/investerare/finansiella-rapporter/>

PWC (u.å.-b). *What you really need to know about Scope 3 emissions and your business*.

Hämtad 2023-12-06. <https://www.pwc.se/sv/esg/scope-3-emissions.html>

PWC (u.å.-a). *Allt om CSRD, så använder du CSRD för att skapa bättre affärsmöjligheter*.

Hämtad 2023-12-12. <https://www.pwc.se/csrd>

Regeringskanslit.(u.å.-c). *Agenda 2030*. [www.regeringen.se](http://www.regeringen.se). Hämtad 2023-11-23.  
<https://www.regeringen.se/regeringens-politik/globala-malen-och-agenda-2030/>

Regeringskanslit.(u.å.-d). *Agenda 2030 | Mål 13 | Bekämpa klimatförändringarna*.  
[www.regeringen.se](http://www.regeringen.se). Hämtad 2023-11-23.  
<https://www.regeringen.se/regeringens-politik/globala-malen-och-agenda-2030/agenda-2030-mal-13-bekampa-klimatforandringarna/>

Rimmel, G (2020). *Accounting for sustainability*. Abingdon, Oxon ; New York, Ny: Routledge, Taylor & Francis Group.

Runa, P. & Davidson, B. (2019). *Forskningsmetodikens grunder: Att planera, genomföra och rapportera en undersökning*.

Schreier, M., Stamann, C., Janssen, M., Dahl, T., & Whittal, A. (2019). Qualitative Content Analysis: Conceptualizations and Challenges in Research Practice—Introduction to the FQS Special Issue “Qualitative Content Analysis I.” *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 20(3). <https://doi.org/10.17169/fqs-20.3.3393>

Science Based Targets. (u.å.). *About Us*. Hämtad 2023-11-20  
<https://sciencebasedtargets.org/about-us>.

SFS 1995:1554. *Årsredovisningslagen*  
[https://www.riksdagen.se/sv/dokument-och-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/arsredovisningslag-19951554\\_sfs-1995-1554/](https://www.riksdagen.se/sv/dokument-och-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/arsredovisningslag-19951554_sfs-1995-1554/)

Skanska (2016). *Årsredovisning 2016*. Hämtad 2023-11-07  
<https://group.skanska.com/sv/investerare/rapporter-publikationer/arsredovisningar/>

Skanska (2018). *Års- och hållbarhetsredovisning 2018*. Hämtad 2023-11-07  
<https://group.skanska.com/sv/investerare/rapporter-publikationer/arsredovisningar/>

Skanska (2020). *Års- och hållbarhetsredovisning 2020*. Hämtad 2023-11-07  
<https://group.skanska.com/sv/investerare/rapporter-publikationer/arsredovisningar/>

Skanska (2022). *Års- och hållbarhetsredovisning 2022*. Hämtad 2023-11-07  
<https://group.skanska.com/sv/investerare/rapporter-publikationer/arsredovisningar/>

Sveriges Riksdag (2021). *Direktiv om företagens hållbarhetsrapportering*.  
<https://www.riksdagen.se/sv/dokument-och-lagar/dokument/fakta-pm-om-eu-forslag/direktiv->

[om-foretagens-hallbarhetsrapportering\\_h806fpm108/](#)

Talbot, D. & Boiral, O. (2018). *GHG Reporting and Impression Management: An Assessment of Sustainability Reports from the Energi Sector*. *J Bus Ethics* (2018) 147:367–383

<https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-015-2979-4>

United Nations Climate Change (2023). *The Paris Agreement*. Hämtad 2023-11-16.

<https://unfccc.int/process-and-meetings/the-paris-agreement>

## Bilaga 1 - Checklista vid analys och granskning av dokument

### Begrepp och ord

- Greenhouse gas protocol
  - Scope
  - Scope 1
  - Scope 2
  - Scope 3
  - GHG protocol
  
- Koldioxidutsläpp / Carbon emissions
  - CO<sub>2</sub>-utsläpp / CO<sub>2</sub> emissions
  - Växthusgasutsläpp / greenhouse gas emissions
  
- Klimatpåverkan / Climate impact
  - Klimatförändringar / Climate change
  
- Utsläppsmål / emission targets
  - Parisavtalet / The paris agreement
  - Agenda 20230 /
  - Globala mål / The Global Goals
    - Globala Hållbarhetsmål / Sustainable Development Goals
  - Mål 13 (Bekämpa klimatförändringen) / Goals 13 (Take urgent action to combat climate change and its impacts)

### Begrepp som mer specifikt har används för att hitta relevanta vetenskapliga artiklar

- ESG accounting
  - Utsläpp redovisning / Emission accounting
- Hållbarhetsredovisning / Sustainability Reporting
- Impression management
  - Impression management accounting
  - Impression management strategies
  
- Mätning av koldioxidutsläpp / Measurement of carbon emissions
- GHG protocol