



**Linköpings universitet**

EXAMENSARBETE I FÖRETAGSEKONOMI  
Civilekonomprogrammet

# **Hållbarhetsredovisning i stålbranschen**

Att börja hållbarhetsredovisa med intressenternas  
behov i fokus

Mikaela Altkvist  
Henrik Richardsson

Handledare:  
Sven Arne Nilsson

Vårterminen 2012  
ISRN-nummer: LIU-IEI-FIL-A--12/01219--SE

*Titel:*

Hållbarhetsredovisning i stålbranschen - Att börja hållbarhetsredovisa med intressenternas behov i fokus

*English title:*

Sustainability Reporting in the Steel Industry - Sustainability reporting with stakeholder needs in focus

*Författare:*

Mikaela Altkvist och Henrik Richardsson

*Handledare:*

Sven Arne Nilsson

*Publikationstyp:*

Examensarbete i företagsekonomi  
Civilekonomprogrammet  
Avancerad nivå, 30 högskolepoäng  
Vårterminen 2012  
ISRN: LIU-IEI-FIL-A--12/01219--SE

Linköpings universitet  
Institutionen för ekonomisk och industriell utveckling (IEI)  
[www.liu.se](http://www.liu.se)

*Kontaktinformation, författarna:*

Mikaela Altkvist: 0739-39 65 86, [mikaela.altkvist@gmail.com](mailto:mikaela.altkvist@gmail.com)  
Henrik Richardsson: 0723-18 83 88, [henrik.richardsson@gmail.com](mailto:henrik.richardsson@gmail.com)

© 2012 Mikaela Altkvist och Henrik Richardsson

## **Sammanfattning**

**Titel:** Hållbarhetsredovisning i stålbranschen – *Att börja hållbarhetsredovisa med intressenternas behov i fokus*

**Författare:** Mikaela Altkvist och Henrik Richardsson

**Handledare:** Sven-Arne Nilsson

**Nyckelord:** Hållbarhetsredovisning, hållbar utveckling, stålbranschen, Global Reporting Initiative, Ovako

**Bakgrund:** Till följd av en ökad medvetenhet i dagens samhälle om miljömässiga och sociala aspekter, har det blivit allt vanligare att företag avger en hållbarhetsredovisning. En tidigare studie tyder på att företag i metallbranschen har upplevt ett relativt litet ekonomiskt värde av arbete med hållbar utveckling. En annan studie visar på ett förväntningsgap mellan upprättare och användare av hållbarhetsredovisningar som antas bero på osäkerhet om vilka intressenter som informationen ska rikta sig till och vilken information dessa intressenter vill få. Frågan är om ett förväntningsgap när det gäller hållbarhetsredovisning är en bidragande faktor till det låga ekonomiska värdet i metallbranschen?

**Syfte:** Syftet var att undersöka hur en hållbarhetsredovisning bör utformas av ett företag i stålbranschen utifrån vilken information företag respektive intressenter anser är väsentlig i en hållbarhetsredovisning.

**Genomförande:** Ett deduktivt angreppssätt antogs eftersom vi fann lämpliga teorier att utgå från i analysen. Vi genomförde semistrukturerade intervjuer för en djupare behandling av ämnet. Intervjuer genomfördes på stålföretaget Ovako för att undersöka vilken information företaget vill kommunicera till intressenterna, motiven till att hållbarhetsredovisa, till vem informationen riktar sig och hur kommunikationen med intressenterna sker. För att även erhålla ett intressentperspektiv genomfördes intervjuer med fyra intressenter med anknytning till stålbranschen. Detta för att undersöka vilken information de efterfrågar och belysa eventuella skillnader mellan företaget och intressenterna.

**Resultat:** Inför utformandet av en hållbarhetsredovisning i stålbranschen är det viktigt att företaget klargör motiven till att hållbarhetsredovisa och identifierar vilka intressenter företaget vill rikta sig till. Det påverkar nämligen vilken information som ska ingå i hållbarhetsredovisningen. Fallföretaget framhåller att den starkaste drivkraften till att

hållbarhetsredovisa är intressenternas förväntningar, och dessa bör därmed utgöra grunden för hållbarhetsredovisningen. Både interna intressenter, som medarbetare, och externa intressenter i form av investerare, kunder och samhälle lyfts fram som viktiga intressenter att rikta sig till. Studien visar att finansiella intressenter utan speciella hållbarhetskriterier inte lägger någon större vikt vid innehållet i hållbarhetsredovisningar. Finansiella intressenter med sådana kriterier efterfrågar framför allt information om miljömässiga aspekter, medan icke-finansiella intressenter även efterfrågar information om sociala aspekter som medarbetaransvar och affärsetik. Fallföretaget visar dock en viss skepsis till huruvida det är relevant att inkludera sociala aspekter som medarbetaransvar i hållbarhetsredovisningen på grund av informationens subjektiva karaktär och smala målgrupp. Studien visar emellertid att bristen på intressentdialoger leder till att företaget utelämnar information som efterfrågas av de intressenter som redovisningen riktar sig till. För ett företag i stålbranschen kan det falla sig mer naturligt att rapportera om företagets påverkan på miljön, men med hänsyn till de icke-finansiella intressenternas efterfrågan bör företaget även rapportera om sociala aspekter.

## **Abstract**

**Title:** Sustainability Reporting in the Steel Industry – *Sustainability reporting with stakeholder needs in focus*

**Authors:** Mikaela Altkvist and Henrik Richardsson

**Supervisor:** Sven-Arne Nilsson

**Key words:** Sustainability reporting, Corporate Social Responsibility, steel industry, Global Reporting Initiative, Ovako

**Background:** Following an increased awareness concerning social and environmental aspects in society, more enterprises establish sustainability reports in order to inform their stakeholders about the company's sustainability duties. A previous study indicates that the metal sector is enjoying relatively limited increases in business opportunities and/or financial value of corporate responsibility. Another study suggests that there is a gap in expectations between producers and users of sustainability reports due to an uncertainty regarding what information such reports should contain and what audience such reports should target. The question is whether or not a gap in expectations concerning sustainability reporting is a contributing factor to the limited increases in financial value in the metal sector?

**Purpose:** The purpose of the study was to examine how a sustainability report should be carried out by a company in the steel industry given what information the company and the stakeholders consider as essential in a sustainability report.

**Methodology:** To accomplish the purpose of the study, a deductive approach was used due to the availability of suitable theories. We conducted semi-structured interviews in order to enable a deeper analysis of the subject. Interviews were carried out with employees at the steel company Ovako in order to investigate what information they aim to communicate, the motivations for sustainability reporting, to whom the information is addressed and how communication with stakeholders is carried out. Four interviews with different stakeholders in the Swedish steel industry were also conducted in order to study what information they require for. The purpose was to highlight potential differences between the company and the stakeholders.

**Results:** The study indicates the importance of clarifying the motives behind sustainability reporting and to identify which stakeholders to target. The importance stems from the fact that these factors decide what information to include. The case company identifies the stakeholders' expectations as their main motive and these should therefore form the basis for the sustainability report. Both internal stakeholders such as employees and external stakeholders as investors, customers and society are identified as important stakeholders by the case company. The study further indicates that financial stakeholders without specific sustainability criteria do not place emphasis on the content of sustainability reports. Financial stakeholders with such criteria on the other hand, demand in particular information concerning environmental aspects, while non-financial stakeholders also requests information on social aspects such as employee responsibility and business ethics. The case company does, however, show skepticism on whether social aspects such as employee responsibility are relevant to include in the report due to the information's subjective nature and narrow audience. The study indicates that the lack of stakeholder dialogues results in a sustainability report that excludes information requested by stakeholders to whom the report is addressed. For a company in the steel industry, information concerning impact on the environment may seem more relevant, but given the non-financial stakeholders demand the company should also report on their social impact.

## **Förord**

Vi vill framföra ett stort tack till vår handledare Sven-Arne Nilsson för värdefulla råd och synpunkter. Vi vill även rikta ett stort tack till vår handledare Viktoria Karsberg, vår kontaktperson Peter Jonsson och övriga personer på Ovako som gjort denna uppsats möjlig. Sist men inte minst vill vi även tacka våra informanter på Swedbank Robur, Danske Bank, Hofors kommun samt IF Metall.

---

Mikaela Altkvist

---

Henrik Richardsson

Linköping maj 2012

## Innehållsförteckning

1.	Inledning.....	1
1.1	Ett examensarbete på uppdrag av Ovako .....	1
1.2	Bakgrund .....	1
1.3	Problemdiskussion .....	3
1.4	Frågeställningar .....	5
1.5	Syfte .....	5
1.6	Avgränsning .....	5
1.7	Målgrupp .....	6
2.	Metod .....	7
2.1	Utgångspunkt .....	7
2.2	Hur vi angriper problemet .....	7
2.3	Val av undersökningsmetod .....	8
2.4	Datainsamling.....	8
2.4.1	Primär- och sekundärdata.....	9
2.4.2	Framtagning av intervjuguide .....	10
2.4.3	Urval.....	11
2.4.4	Tillvägagångssätt intervjuer .....	11
2.4.5	Bearbetning av insamlad data .....	12
2.5	Metodkritik.....	12
2.5.1	Reliabilitet .....	12
2.5.2	Validitet .....	13
2.5.3	Generaliserbarhet .....	14
2.5.4	Källkritik .....	14
3.	Referensram .....	16
3.1	Begreppet CSR.....	16
3.2	Deegan och Unermans fyra beslutssteg .....	17
3.3	Intressentteorin och legitimitetsteorin .....	18
3.3.1	Intressentteorin .....	18
3.3.2	Legitimitetsteorin .....	20
3.4	Institutionella teorin .....	21
3.5	Carrolls CSR-pyramid.....	22
3.5.1	Ekonomiskt ansvar .....	23
3.5.2	Legalt ansvar .....	23
3.5.3	Etiskt ansvar .....	24
3.5.4	Filantropiskt ansvar .....	24
3.6	Global Reporting Initiative.....	24



3.6.1	Vägledning för redovisningens innehåll .....	25
3.6.2	Miljömässiga aspekter .....	26
3.6.3	Sociala aspekter .....	27
3.7	Morsing och Schultzs kommunikationsstrategier för CSR .....	28
3.7.1	Stakeholder information strategy .....	28
3.7.2	Stakeholder response strategy .....	29
3.7.3	Stakeholder involvement strategy .....	29
4.	Empiri .....	31
4.1	Ovako .....	31
4.1.1	Vem hållbarhetsredovisningen riktar sig till .....	31
4.1.2	Hållbarhetsredovisningens innehåll .....	32
4.1.3	Motiven till upprättandet av en hållbarhetsredovisning .....	34
4.2	Swedbank Robur .....	36
4.2.1	Hållbarhetsredovisningens innehåll .....	36
4.3	Danske Bank .....	38
4.3.1	Hållbarhetsredovisningens innehåll .....	38
4.4	Investmentbolag X .....	40
4.5	Pensionsfond Y .....	40
4.6	Hofors kommun .....	41
4.6.1	Hållbarhetsredovisningens innehåll .....	41
4.7	IF Metall .....	42
4.7.1	Hållbarhetsredovisningens innehåll .....	43
5.	Analys .....	45
5.1	Motiven till att upprätta en hållbarhetsredovisning .....	45
5.2	Till vilka intressenter hållbarhetsredovisningen riktar sig .....	47
5.3	Vilken information som är väsentlig att kommunicera .....	49
5.3.1	Miljömässiga aspekter .....	49
5.3.2	Sociala aspekter .....	50
5.4	Hur kommunikationen med intressenterna sker .....	53
6.	Slutsatser .....	55
6.1	Slutsats .....	55
6.2	Förslag till fortsatt forskning .....	58
	Referenslista .....	59
	Bilaga 1 .....	64
	Bilaga 2 .....	68

## **Figurförteckning**

Figur 1. Egen bearbetning av Donaldson och Prestons intressentmodell.....	19
Figur 2. Carrolls CSR-pyramid.....	23
Figur 3. Egenkonstruerad modell för väsentlighetsanalys.....	57

# 1. Inledning

---

*Inledningen omfattar en redogörelse för bakgrunden till hållbarhetsredovisning och förekommande riktlinjer inom området. Därefter följer en problemdiskussion som leder fram till studiens frågeställningar och syfte.*

---

## 1.1 Ett examensarbete på uppdrag av Ovako

I samband med Team-dagarna på Linköpings Universitet hösten 2011 fick vi kontakt med företaget Ovako, som är en ledande europeisk producent av komponentstål till kunder inom kullager-, transport-, och tillverkningsindustrin (Ovako, 2011). Företaget arbetar i dagsläget aktivt med hållbarhet och utvecklar sin verksamhet med hänsyn till miljömässiga och sociala aspekter. Ovako har nu tagit steget och beslutat att en hållbarhetsredovisning ska upprättas för att kommunicera sitt ansvarstagande till sina intressenter. De hade därmed ett behov av en förstudie för att sedan kunna utforma en hållbarhetsredovisning som tar hänsyn till intressenternas förväntningar. Ett samarbete med Ovako var även förmånligt för oss som ville skriva vår uppsats om hållbarhetsredovisning eftersom det är ett högst relevant ämne i dagens samhälle.

## 1.2 Bakgrund

*”Frågan är inte om företaget ska ta ett socialt ansvar, utan hur de ska beteckna sig för att göra detta.” (de Geer, 2008)*

Enligt Borglund (2009) har det under senare år förekommit intensiva debatter om begränsade resurser och hållbar utveckling och det råder en ökad medvetenhet vad gäller miljöpåverkan och sociala aspekter. Den ökade medvetenheten sätter press på företag världen över att inte enbart generera vinst, utan att samtidigt vara goda samhällsmedborgare. De senaste åren har kantats av företagsskandaler som till exempel Enron där företagsledningen manipulerade företagets redovisning. I media skildras hur giriga företagsledningar har plockat ut skyhöga bonusar och gjort allt för att maximera aktieägarnas värde utan att ta hänsyn till andra intressenter. I skuggan av detta har misstroendet mot företagen ökat vilket har resulterat i krav på en tydligare kommunikation från företagen gentemot deras intressenter. Efterföljande debatter har bland annat berört ämnen som företagens ansvarstagande och dess påverkan på

omvärlden (Sahlin-Andersson, 2006). Corporate social responsibility (CSR) är ett begrepp som enligt Borglund (2009) har växt fram som en motkraft till det ansvarslösa företagandet och innebär att företagen förväntas ta ansvar för sina handlingar.

Den globala trenden inom hållbar utveckling har enligt Sahlin-Andersson (2006) lett till att hållbarhetsfrågor har fått en allt mer central plats i företag, internationella organisationer och i samhället i stort. En studie av Buhr och Grafström (2004) visar att även mediebevakningen av CSR har ökat markant sedan början av 1990-talet. Borglund (2009) beskriver att idén om aktieägarvärde implementerades i svenskt näringsliv under samma period, vilket innebär starkt aktieägarfokus med avkastning och kassaflöden i centrum. Runt millennieskiftet förändrades synen på företagets skyldigheter gentemot intressenterna. Det kortsiktiga resonandet om avkastning och aktieägarvärde ifrågasattes och istället förespråkades en långsiktighet i företagandet där ansvarstagande fick en ökad relevans. Den växande debatten har skapat en ökad medvetenhet bland företagens intressenter vilket enligt Morsing (2003) har lett till att kraven på företagens sociala ansvarstagande har ökat. Det är inte längre tillräckligt att företaget genererar vinst, utan intressenterna kräver även att få veta hur företaget bedriver sin verksamhet.

Hållbarhetsredovisning är en bred term som används för att beskriva redovisning av ekonomisk, miljömässig och social påverkan (Global Reporting Initiative, 2006). Bergström *et al.* (2002) beskriver hållbarhetsredovisning som ett relativt nytt påfund, även om arbetet med hållbar utveckling går långt tillbaka i tiden. Under slutet av 1960-talet började hållbarhetsredovisningar synas i företagens rapporter, men det var inte förrän under första hälften av 1990-talet som de började öka i antal. Enligt Barkland och Ljungberg (2010) sker upprättandet av en hållbarhetsredovisning främst av större företag, men det har även blivit vanligt bland mindre företag inom branscher med stor påverkan på miljön. Enligt en studie av KPMG (2008) framgår att allt fler företag har kommit till insikt om att arbetet med hållbar utveckling kan leda till att företagets värde ökar vilket sätter press på de företag som ännu inte upprättar någon hållbarhetsredovisning.

Enligt Sahlin-Andersson (2006) har trenden med CSR lett till att flera olika samhällsorganisationer har börjat engagera sig i hållbar utveckling. Det har resulterat i uppkomsten av standarder, riktlinjer och rapporteringssystem som visar hur företagen kan kommunicera sitt ansvarstagande. Behovet av gemensamma världsomfattande riktlinjer för

hållbarhetsredovisning har enligt Moneva *et al.* (2006) lett till ett samarbete mellan olika organisationer med stöd av Förenta Nationerna (FN). Samarbetet har utmynnat i Global Reporting Initiative (GRI) som enligt Barkland och Ljungberg (2010) är världens mest använda ramverk för hållbarhetsredovisning. GRI:s riktlinjer innefattar två delar där den första delen ger vägledning i hur rapporteringen ska ske, medan den andra delen beskriver vad som ska rapporteras i form av upplysningar och indikatorer (Global Reporting Initiative, 2006). Sedan 2009 kräver svenska regeringen att alla statligt ägda bolag i Sverige ska upprätta en hållbarhetsredovisning i enlighet med GRI (PwC, 2008). Trots att regleringen inte omfattar övriga företag är det inte ovanligt att även de följer GRI:s riktlinjer på frivillig basis.

Enligt Barkland och Ljungberg (2010) är hållbarhetsredovisning ett långt ifrån färdigutvecklat område och är inte alls lika etablerat som redovisning av finansiell information. Anledningen är avsaknaden av lagreglering och att praxis inom området fortfarande är under utveckling. Detta leder till att företagen fortfarande prövar sig fram för att utveckla en hållbarhetsredovisning som passar just deras behov. Barkland och Ljungberg (2010) menar att GRI inte är en bibel som ska följas till punkt och pricka, utan intressentperspektivet är kärnan i hållbarhetsredovisningen. Det är intressenternas krav och förväntningar som ligger till grund för redovisningen, och därför är det viktigt att föra en dialog med dem. En trovärdig hållbarhetsredovisning ska fokusera på vad som är väsentligt både ur företagets och intressenternas perspektiv.

### **1.3 Problemdiskussion**

År 2000 genomförde KPMG Miljörevision en studie på uppdrag av Naturvårdsverket som behandlade användarna av hållbarhetsredovisningar (Naturvårdsverket, 2000). I denna fastställdes bland annat att den ökade mängden miljöinformation delvis hade lett till problem för såväl upprättare som användare av informationen. Ur användarnas perspektiv kan det vara svårt att överblicka och tillgodogöra sig den stora mängd information som finns tillgänglig. Morsing och Schultz (2006) menar att om ett företag redovisar allt för mycket information kan det resultera i att företaget drar sig till negativ uppmärksamhet till följd av skepsis från allmänheten. Enligt Morsing (2003) har det uppstått en paradoxal situation där företagen uppmuntras att engagera sig i arbetet med hållbar utveckling för att skaffa sig ett bra rykte i branschen, samtidigt som företagets intressenter inte vill att de ska kommunicera alltför mycket information. Studien på uppdrag av Naturvårdsverket (2000) visar att det förekommer ett förväntningsgap mellan upprättare och användare av miljöinformation. Författaren

argumenterar för att skillnaderna kan bero på osäkerhet om vilka intressenter som informationen ska rikta sig till och vilken information dessa intressenter vill få. Studien visar även att finansiella intressenter ofta anses vara en viktig målgrupp att rikta hållbarhetsredovisningar till, men att dessa intressenter inte lägger så stor vikt vid sådan information.

En studie genomförd av Deloitte (2009) visar på att storlek och branschtillhörighet är aspekter som påverkar kvaliteten på företagens hållbarhetsredovisningar. Även Borglund (2009) hävdar att det finns ett samband mellan branschtillhörighet och utformningen av hållbarhetsredovisningen. Han menar att de branscher som utsätts för kritik med avseende på samhällsansvar, är samma branscher som inser vikten av att kommunicera företagets ansvarstagande. Hassel och Semenova (2008) genomförde under åren 2003-2006 en studie som innefattade 500 amerikanska företag. Studien visar på att både bransch- och företagsspecifika miljörisker har ett samband med företagets marknadsvärde. Hassel kategoriserar företagen i hög- respektive lågriskbranscher med avseende på deras miljöpåverkan. Högriskbranscher innefattar företag med stor påverkan på miljön som energi-, tillverknings- och fordonsbranschen. Detaljhandeln och tjänstesektorn är i sin tur exempel på branscher som kategoriseras som lågriskbranscher. Hassel och Semenova menar att det i högriskbranscher finns starkare incitament att redovisa sitt arbete med hållbar utveckling till intressenterna. En studie av KPMG (2008) visar på att de företag som i störst utsträckning har upplevt ett ekonomiskt värde till följd av sitt samhällsansvar främst verkar inom branscher med relativt stor miljöpåverkan såsom skogsbruk, olja, gas samt kemikalier. Studien visar dock att det fortfarande finns flera branscher med förhållandevis stor miljöpåverkan, där endast en liten andel av företagen upplever affärsmöjligheter och/eller ett ekonomiskt värde till följd av arbetet med hållbarhet. Metallbranschen är en av dessa där endast 25 % upplever affärsmöjligheter och/eller ett ekonomiskt värde i jämförelse med skogsbruk som ligger i topp med 53 %. Enligt KPMG kan det ekonomiska värdet vara i form av besparingar på grund av effektivitet eller riskaversion, eller i form av tillväxt till följd av nya innovationer vad gäller produkter och tjänster som ett direkt svar på sociala eller miljömässiga utmaningar.

Mycket har hänt inom hållbarhetsredovisning sedan KPMG:s studie på uppdrag av Naturvårdsverket (2000) visade på ett förväntningsgap mellan upprättare och användare. Ett flertal riktlinjer har utformats där GRI ligger i framkant. Deegan och Unerman (2011) argumenterar dock för att GRI är framtaget för generella ändamål, vilket innebär att det inte

nödvändigtvis möter alla intressenters behov. KPMG:s studie från 2008 visar på att metallbranschen, där stålbranschen inkluderas, har upplevt ett litet ekonomiskt värde till följd av arbetet med hållbar utveckling. Frågan är om ett förväntningsgap mellan upprättare och användare av hållbarhetsredovisningar är en bidragande faktor till det låga ekonomiska värdet i metallbranschen?

## **1.4 Frågeställningar**

I uppsatsen behandlas hur en hållbarhetsredovisning bör utformas av ett företag i stålbranschen utifrån vilken information företaget respektive intressenterna anser är väsentlig att redovisa. För att förstå vilken den informationen är, är det viktigt att även undersöka motiven till att upprätta en hållbarhetsredovisning, vilka intressenter företaget riktar redovisningen till och hur kommunikationen med intressenterna sker. Vi ämnar därför undersöka:

- Vad är motiven till att företag kommunicerar information om sitt sociala och miljömässiga ansvarstagande?
- Till vem riktar företag informationen?
- Vilken information anser företagen respektive intressenterna är väsentlig i en hållbarhetsredovisning?
- Hur sker kommunikationen med intressenterna?

## **1.5 Syfte**

Syftet är att undersöka hur en hållbarhetsredovisning bör utformas av ett företag i stålbranschen utifrån vilken information företag respektive intressenter anser är väsentlig i en hållbarhetsredovisning.

## **1.6 Avgränsning**

Vi avgränsar vår studie till miljömässiga och sociala aspekter inom hållbarhetsredovisning. Vi utelämnar alltså den delen av CSR som berör ekonomiska aspekter då vi anser att det är ett område som är svårt att avskilja från den finansiella redovisningen.

## **1.7 Målgrupp**

Diskussionerna om företagens miljömässiga och sociala ansvarstagande och hur kommunikationen av detta sker är ett högst relevant ämne som är av intresse för flera målgrupper. Vi vänder oss i första hand till Ovako och andra företag i stålbranschen som upprättar eller strävar efter att upprätta en hållbarhetsredovisning för att kommunicera sitt arbete med hållbar utveckling till sina intressenter. Uppsatsen är inte enbart av intresse för företag som för första gången ska utforma en hållbarhetsredovisning. Den vänder sig även till företag som redan har upprättat en hållbarhetsredovisning eftersom arbetet med hållbar utveckling och kommunikationen av detta är ständigt pågående med möjligheter till förbättringar. Vår uppsats kan i bästa fall ge en tankeställare både för företag som redan hållbarhetsredovisar, de som är i utvecklingsskedet samt för dem som hittills inte har arbetat med hållbarhetsfrågor.



## 2. Metod

---

*I metodkapitlet presenteras tillämpad metod för att uppnå studies syfte. Nedan följer en redogörelse för valet av forskningsmetod och tillämpade metoder för datainsamling. I kapitlet redogörs även för metodkritik.*

---

### 2.1 Utgångspunkt

Utgångspunkten var att finna ett intresseväckande ämnesområde att studera. Genom tidigare kurser i redovisning och till följd av uppmärksammandet i media fick vi upp ögonen för hållbarhetsredovisning. Under Team-dagarna på Linköpings Universitet kom vi i kontakt med representanter för företaget Ovako och diskuterade vårt val av ämnesområde. Vi blev informerade om Ovakos planer på att upprätta en hållbarhetsredovisning för att kommunicera informationen om företagets sociala ansvarstagande till intressenterna. Diskussionen ledde till ett ömsesidigt intresse om ett samarbete inför det stundande examensarbetet och vi fick klartecken att skriva vår uppsats i samarbete med Ovako och inhämta empiri från företaget.

### 2.2 Hur vi angriper problemet

Som utgångspunkt gjorde vi en grundlig litteraturgenomgång av tidigare studier inom området hållbar utveckling och hållbarhetsredovisning. Vi fann ett flertal teorier som behandlar hållbar utveckling, men få teorier som behandlar hållbarhetsredovisning. Då företagets arbete med hållbar utveckling ligger till grund för hållbarhetsredovisningen ansåg vi att vissa teorier om hållbar utveckling torde vara tillämpbara även på hållbarhetsredovisning. Studiens empiriska material har diskuterats utifrån etablerade teorier och riktlinjer inom hållbarhetsredovisning och dessa har även legat till grund för utformningen av diskussionsunderlag inför intervjuer. Utgångspunkt i befintliga teorier kännetecknar enligt Bryman och Bell (2007) ett deduktivt förhållningssätt. Deduktion innebär att etablerade teorier kan leda fram till hypoteser som sedan testas på verkliga företeelser genom att ställas i relation till det insamlade empiriska materialet. Det är inte ovanligt med en interaktion mellan ett deduktivt och induktivt förhållningssätt, där induktion i motsats till deduktion är teorigenerande genom att utgå från empiriska observationer. Då vi såg en brist på teorier vad gäller hållbarhetsredovisning, var vi öppna för möjligheten till induktiva inslag i vår studie, men vårt angreppssätt var framför allt deduktivt.

## 2.3 Val av undersökningsmetod

*”Fallstudiebaserad forskning innebär att ett eller flera fall från verkliga livet används som empiriskt underlag för forskning, särskilt när kunskap om ett område helt eller delvis saknas och det rör sig om komplexa fenomen.”*  
(Gummesson, 2010)

Anledningen till att Ovako var intressant att studera i vår uppsats var att de arbetade aktivt med hållbar utveckling, men ännu inte har kommunicerat detta i form av en hållbarhetsredovisning. Därmed erbjöds goda möjligheter att studera ställningstaganden och uppfattningar om vilken information som är väsentlig under processens gång. Ovako eftersträvar att på frivillig basis upprätta sin hållbarhetsredovisning i enlighet med GRI, men då de hittills inte har upprättat en hållbarhetsredovisning var de inte präglade av riktlinjer inom området. Vi ville genom studien öka förståelsen för hur hållbarhetsredovisningar bör utformas i stålbranschen utifrån vilken information som företag respektive intressenter anser är väsentlig att redovisa. För att kunna bidra till en ökad förståelse för ett ämnesområde fanns behov av en mer djupgående behandling vilket kan kopplas till Jacobsens (2002) resonemang om fallstudier. Han anser att fallstudiebaserad forskning är användbar för att uppnå en ökad förståelse för en viss situation eller plats, till exempel ett företag. Genom att gå in på djupet på ett enskilt fall kan forskaren komma till nya insikter och generera hypoteser som ligger till grund för vidare forskning.

För att uppnå studiens syfte kompletterades fallföretagets perspektiv med ett intressentperspektiv för att belysa eventuella skillnader. Jacobsen (2002) menar att fallstudiers utformning kan leda till en avvägning mellan relevans och generalisering. För att undvika detta kan man studera flera fall i samma studie, vanligtvis ett fåtal fall. Forskaren kan då antingen studera två lika fall för att få bredd i studien eller två fall som skiljer sig från varandra för att studera skillnader.

## 2.4 Datainsamling

Studien syftar till att undersöka hur en hållbarhetsredovisning bör utformas av ett företag i stålbranschen och för att möjliggöra en mer djupgående behandling ansåg vi att en kvalitativ metod var att föredra. Valet mellan kvalitativ och kvantitativ ansats avgörs i första hand av studiens syfte där en kvalitativ ansats är att föredra om man vill få uppnå en djupare förståelse

av ett visst ämne eller en specifik situation (Björklund & Paulsson, 2009). Vår strävan att genom studien bidra till en ökad förståelse kan kopplas till Gustavssons (2010) beskrivning av ett hermeneutiskt förhållningssätt. Enligt hermeneutiken uppnås fördjupad förståelse genom tolkning, och slumpmässiga urval är inte ett krav för att få representativa respondenter. Urvalsprincipen grundar sig på syftet att tillföra sin tolkning nya infallsvinklar och inte att bekräfta tolkningar som redan gjorts genom stora, representativa urval. Våra intervjuer har baserats på vilka representanter från fallföretaget och olika intressentgrupper som kan bidra med relevant information. Genom att tolka och analysera representanters subjektiva uppfattningar utifrån referensramen har vi försökt uppnå en djupare förståelse för hållbarhetsredovisning i stålbranschen. Vi har övervägt att komplettera vår kvalitativa ansats med en kvantitativ studie av hållbarhetsredovisningar. Vid en litteraturstudie av publicerade hållbarhetsredovisningar i stålbranschen såg vi dock att merparten av de företag i stålbranschen som upprättar hållbarhetsredovisningar gör det i enlighet med GRI. Det gör att redovisningarna är präglade av GRI:s riktlinjer vilket kan påverka möjligheterna till djupgående analyser av vad företagen anser är väsentligt.

#### **2.4.1 Primär- och sekundärdata**

Datainsamling består av både primär- och sekundärdata. Primära källor är enligt Björklund och Paulsson (2009) information som har inhämtats i syftet att användas i den aktuella studien. I vårt fall har primära källor använts i form av intervjuer via telefon eller personliga möten. Bryman och Bell (2007) poängterar att primärdata är vanligt i kvalitativa studier och intervjuer är den mest förekommande metoden för insamling av data. Då avsikten var en djupare behandling av ämnesområdet ansågs kvalitativa intervjuer vara ett bra val av tillvägagångssätt för datainsamling. Bryman och Bell (2007) anser att kvalitativa intervjuer erbjuder möjligheter till mer flexibilitet och detaljerade svar vilket i sin tur ger goda möjligheter för forskaren att söka en djupare förståelse för det studerade ämnesområdet.

Sekundärdata kan enligt Björklund och Paulsson (2009) definieras som information som har tagits fram för ett annat syfte än den aktuella studien. I ett tidigt skede av studien fanns ett stort behov av inläsning på ämnesområdet varpå sekundära källor som vetenskapliga artiklar och tidigare uppsatser skapade ett bra underlag för inhämtning av information. En litteraturstudie genomfördes för att förstå vad hållbar utveckling och hållbarhetsredovisning innebär. Litteraturgenomgången visade att befintlig litteratur främst omfattar CSR och vad det innebär för företagen. Vad gäller hållbarhetsredovisning fann vi inte information i tryckta

källor i lika stor utsträckning. Genom sökningar i bibliotekets databaser har vi dock funnit många relevanta artiklar som har varit till stor hjälp både i utformandet av vår problemdiskussion och vid sammanställning av teorier. Genom olika webbplatser har vi även fått tillgång till befintliga riktlinjer inom området för hållbarhetsredovisning. Vi har framför allt har använt oss av GRI:s riktlinjer som vägledning vid utformningen av diskussionsunderlag inför intervjuerna. Olika webbplatser har även gett oss en bra uppfattning om debatter som råder kring ämnesområdet. För att förstå vad företagen anser är väsentligt att redovisa och på så sätt få inspiration till diskussionsunderlag inför intervjuer har vi även studerat ett antal hållbarhetsredovisningar upprättade av svenska stålföretag.

#### **2.4.2 Framtagning av intervjuguide**

Insamling av empiriskt material har skett genom semistrukturerade intervjuer som enligt Bryman och Bell (2007) är en av tre typer av intervjuer. De andra alternativen är ostrukturerade och strukturerade intervjuer. Ostrukturerade och semistrukturerade intervjuer tillåter forskaren att i större utsträckning fånga respondentens perspektiv medan mer strukturerade intervjuer istället ofta bekräftar forskaren antaganden. Avsikten i studien är att fånga och tolka respondenternas uppfattning och semi- eller ostrukturerade intervjuer var därmed mer relevant än strukturerade intervjuer. Semistrukturerade intervjuer innebär att forskaren upprättar ett diskussionsunderlag inför intervjun, en så kallad intervjuguide. Vi ansåg att semistrukturerade intervjuer och en intervjuguide (se bilaga 1 och 2) var ett bra tillvägagångssätt för att behålla en viss struktur och underlätta analysen.

Intervjuguidens innehåll speglar de olika ämnesområden vi ville behandla, men upprättades i punktform för att inte bli alltför ledande då avsikten var att ge plats för respondenternas egna tankar och åsikter. Enligt Bryman och Bell (2007) är tanken med intervjuguiden inte att frågorna är av specifik karaktär, varför intervjuformen inbjuder till flexibilitet där respondenten själv i stor utsträckning styr vilka frågor som intervjun kommer att fokusera på. Med anledning av att studien bygger på ett flertal intervjuer fanns ett behov av någon typ av struktur för att möjliggöra en jämförelse av respondenternas resonemang. Intervjuguiden tillåter respondenterna att gå in mer djupgående på de områden som de tycker är viktiga och hoppa över mindre relevanta områden samtidigt som den möjliggör en jämförelse mellan olika respondenter. Samma intervjuguide användes vid intervju med både företag och intressenter, men med olika perspektiv. Från fallföretagets perspektiv ville vi veta vilken information som de ansåg var väsentligt att redovisa och från intressenternas perspektiv ville vi istället veta

vilken information de efterfrågade i en hållbarhetsredovisning. De ämnesområden som innefattas i intervjuguiden har baserats dels på GRI:s riktlinjer, dels på hållbarhetsredovisningar upprättade av företag i stålbranschen.

### **2.4.3 Urval**

Val av bransch föll sig naturligt då det företag som vi skriver uppsatsen på uppdrag av verkar inom stålbranschen. Efter att ha studerat stålbranschen närmare insåg vi att det var en intressant bransch utifrån vår studies syfte och problematisering. Stålbranschen har, i likhet med många andra branscher inom industrin, en stor påverkan på miljön. Enligt en studie av KPMG (2008) var metallbranschen dessutom en av de branscher som hittills inte var dominerande vad gäller upplevt ekonomiskt värde till följd av arbete med hållbarhetsfrågor.

Jacobsen (2002) menar att urvalet i kvalitativa studier styrs av syftet med undersökningen. Han nämner ett antal olika urvalskriterier där information är en av dessa. Med information som urvalskriterium väljer forskaren intervjupersoner som kan bidra med relevant och givande information inom det studerade området. I vår studie har vi använt information som urvalskriterium, varpå vi har baserat valet av respondenter på kompetens och kunskap inom ämnesområdet med hjälp av vår handledare på företaget. För att erhålla en mindre individbaserad och subjektiv syn på ämnesområdet, genomförde vi sammanlagt tio intervjuer med samtliga affärsområdeschefer och ansvariga inom områdena miljö och Human Relations. I syfte att erhålla intressenternas perspektiv har intervjuer även genomförts med ett antal representanter för intressentgrupper inom stålbranschen. Lämpliga representanter valdes ut baserat på deras koppling till stålbranschen. Vi har innefattat både finansiella och icke-finansiella intressenter för att erhålla en mer nyanserad bild. För att finna lämpliga finansiella intressenter som kan representera stålbranschen har vi använt oss av SSAB:s hemsida där storägare och analytiker som följer företagen finns presenterade. Vi har även genomfört intervjuer med två icke-finansiella intressenter i syfte att representera samhället och medarbetarna. Intervjuer genomfördes därför med en miljöinspektör med ansvar för tillsynsfrågor på kommunen på en av orterna där Ovako är verksamma och en representant för den fackliga organisationen IF Metall som merparten av Ovakos anställda är anslutna till.

### **2.4.4 Tillvägagångssätt intervjuer**

Intervjuerna har genomförts både per telefon och via personliga möten, varav merparten av intervjuerna har skett per telefon på grund av långa avstånd och begränsade resurser.

Intervjuerna bokades in i förväg och intervjuguiden skickades ut till intervjupersonerna några dagar innan intervjun. Detta för att ge dem en chans att förbereda sig och reflektera över diskussionsunderlaget vilket förhoppningsvis leder till mer genomtänkta svar. Samtliga intervjuer spelades in vilket enligt Bryman och Bell (2007) kan ha påverkan på intervjupersonens svar då vissa känner sig obekväma med situationen. Vi ansåg dock att den kvalitetsökning som inspelning kan bidra till övervägde risken att intervjupersonerna svarar annorlunda till följd av vetskapen att vad de säger spelas in.

#### **2.4.5 Bearbetning av insamlad data**

Efter varje avslutad intervju sammanställdes en skriftlig sammanfattning och mailades ut till respektive intervjuperson för godkännande. Detta för att undvika missförstånd och feltolkningar. Intervjuguiden underlättade för sammanställning och analys av empirin eftersom den ledde till att en viss struktur kunde behållas. Intervjuguidens uppdelning gjorde det även lättare att upptäcka skillnader och likheter i respondenternas svar vilket underlättade sammanställningen. Det empiriska materialet användes efter sammanställning för analys med utgångspunkt i referensramen.

### **2.5 Metodkritik**

Nedan diskuteras studiens metodik ur ett kritiskt förhållningssätt med hänsyn till reliabilitet, validitet, generaliserbarhet samt källkritik.

#### **2.5.1 Reliabilitet**

Enligt Bryman och Bell (2007) handlar reliabilitet om studiens tillförlitlighet och möjligheter till upprepning. För att en studie ska anses upprätthålla en god reliabilitet ska den kunna återupprepas av en annan forskare, vid ett annat tillfälle och ge upphov till liknande resultat. Vi har försökt stärka reliabiliteten i vår studie genom att ta hänsyn till att de olika personerna som vi har intervjuat gör individuella tolkningar av frågorna. Vi är även medvetna om att företagens arbete med hållbar utveckling kan vara ett känsligt ämnesområde vid anknytning till den egna verksamheten. Respondenterna i vår studie representerar sitt företag och vi är medvetna om att deras ovilja att skada företagets rykte kan tänkas påverka deras svar i viss utsträckning. Merparten av intervjuerna genomfördes via telefon och en nackdel med telefonintervjuer är att de inte erbjuder samma möjligheter till att observera reaktioner och tolka kroppsspråk som personliga intervjuer gör. Bristen på personlig kontakt är något som Jacobsen (2002) påtalar och hävdar att det kan leda till att intervjupersonen blir mindre

benägen att diskutera känsliga ämnen i telefon. Att företaget var drivande till att genomföra studien tror vi minskar risken för att de uppfattar ämnesområdet som känsligt och vi tror därför att det är mindre troligt att företaget håller inne på information.

Enligt Gustavsson (2010) kan datainsamling som är av ostrukturerad eller semistrukturerad karaktär öka risken för subjektiva bedömningar. Vi har därför utgått fram samma diskussionsunderlag vid samtliga intervjuer för att behålla en viss struktur och ge samtliga intervjupersoner samma förutsättningar. Samtliga intervjuer har även spelats in för att ge möjligheter till att gå tillbaka vid eventuella frågetecken. Intervjufrågorna har även skickats ut i förväg till respondenterna för att ge dem möjlighet att förbereda sig och höra av sig till oss innan intervjun vid eventuella funderingar. Detta i syfte att undvika missförstånd kring frågorna och på så sätt öka tillförlitligheten i respondenternas svar.

### **2.5.2 Validitet**

Validitet handlar enligt Björklund och Paulsson (2009) om i vilken utsträckning studien mäter vad den avser att mäta. Bryman och Bell (2007) tar upp olika typer av validitet där intern validitet är en av dem. Intern validitet handlar om kausalitet, orsakssammanhang och behandlar frågan om de slutsatser som fattats utifrån kausalitet mellan två olika variabler är välgrundade eller inte. Utfallet av studien kan påverkas av individuella uppfattningar genom att faktorer runtomkring påverkar forskarens objektivitet. Kritiker anser att kvalitativ forskning kan vara alltför subjektiv. Detta på grund av att kvalitativ forskning i för stor utsträckning förlitar sig på forskarens antaganden om vad som är viktigt samt de personliga relationer som bildas mellan forskare och respondenter. Vi var medvetna om att det faktum att vi skrev uppsatsen på uppdrag av Ovako kan ha påverkan studiens validitet. Vi ansåg dock att risken minskade till följd av Ovako gett oss stor frihet att lägga upp studien enligt våra preferenser. Uppsatsen har skrivits självständigt på universitetet och vi har därmed inte erhållit samma relation till företaget som vi förmodligen hade fått om vi skrivit uppsatsen på plats på företaget. Med tanke på avståndet har de flesta intervjuer gjorts via telefon vilket minskar risken för att personliga relationer inverkar på resultatet. Jacobsen (2002) framhåller att bristen på personlig kontakt vid telefonintervjuer kan vara en fördel genom att anonymiteten ökar. Det minskar den så kallade intervjuareffekten som innebär att intervjuarens fysiska närvaro kan påverka respondentens beteende och agerande.

Bryman och Bell (2007) behandlar även extern validitet som avser generaliserbarheten i studien. Här spelar urvalsstrategier stor roll, hur företagen i studien har valts ut, eller resonandet om vilka personer inom företagen som är relevanta för studien. Vad gäller fallstudier är den externa validiteten ett omdiskuterat ämne. I fallstudier studeras ett eller ett fåtal enskilda fall djupgående, vilket kan leda till att generaliserbarheten blir lidande. Då vi använder fallstudie som undersökningsmetod är generaliserbarhet ett högst relevant område att diskutera, varför det diskuteras i ett separat avsnitt nedan.

### **2.5.3 Generaliserbarhet**

Generaliserbarhet är enligt Bryman och Bell (2007) en begränsning inom den kvalitativa forskningen och vi är medvetna om att möjligheterna till generalisering i studien är mycket begränsade. Studiens resultat baseras enbart på intervjuer från fallföretaget samt fyra representanter för olika intressentgrupper. Urvalet utgör därmed inte ett slumpmässigt urval från en känd population. Enligt Gustavsson (2010) är dock generella slutsatser inte det viktiga vid ett hermeneutiskt förhållningssätt, utan ändamålet är att uppnå en djupare förståelse av ett fenomen. Vi har försökt bredda vårt perspektiv genom att inte bygga företagets ställningstagande enbart på en persons åsikter. Därför har vi genomfört intervjuer med tio personer med olika befattningar på Ovako. Genom att väva in intressentperspektivet anser vi oss även bredda studiens perspektiv. Vi är dock medvetna om att resultatet fortfarande inte kan generaliseras till hela stålbranschen. Vi hänvisar dock till Bryman och Bells (2007) resonemang om att resultat från kvalitativ forskning istället för att generaliseras till en viss population, kan generaliseras till teoriutveckling. Avsikten med vår studie är dock inte att generalisera vårt resultat till en hel population utan vi avser snarare att öka förståelsen för hållbarhetsredovisning i stålbranschen.

### **2.5.4 Källkritik**

Studiens empiriska material bygger på primärdata i form av intervjuer. Referensramen grundas på sekundära källor i form av vetenskaplig litteratur. Bryman och Bell (2007) framhäver att en fördel med sekundärdata är att det erbjuder möjligheter till att på ett tids- och kostnadseffektivt sätt erhålla information med hög kvalitet om man utgår från lämpliga databaser. Nackdelen med utnyttjandet av sekundärdata är att användaren inte har kontroll över kvaliteten på inhämtad information. Vi har utgått från bibliotekets databaser för att öka sannolikheten att materialet håller en hög kvalitet. Bryman och Bell (2007) argumenterar för att kvaliteten på sekundärdata ofta överträffar den information som forskaren själv kan



inhämta, men att kvaliteten ändå inte ska tas för given. Användaren måste ta hänsyn till att det inte är givet att informationen möter dennes behov enbart med anledning av att den är inhämtad från en pålitlig källa.

### 3. Referensram

---

*Här presenteras de teorier och riktlinjer som ligger till grund för analysen. Referensramen innefattar intressentteorin, legitimitetsteorin, institutionella teorin, Carrolls CSR-pyramid, GRI samt Morsing och Schultz's kommunikationsstrategier för CSR.*

---

#### 3.1 Begreppet CSR

Enligt Hirschland (2006) finns det ett behov av att definiera begreppet CSR tydligare, då det finns en mängd olika definitioner vilket leder till en viss förvirring kring begreppet. Det råder dock en viss samstämmighet om grundtanken med CSR, vikten av att företagen genom sitt agerande säkerställer en hållbar utveckling. Enligt Cerne (2009) var det i Brundtlandsrapporten som den förmodligen mest kända definitionen av hållbar utveckling presenterades:

*”Such development can be defined simply as an approach to progress which meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their needs” (Brundtland, 1987, p.1)*

Enligt Europeiska kommissionen (2011) handlar CSR om åtgärder som vidtas utöver lagstadgade skyldigheter för att värna om samhället och miljön och definieras enligt följande:

*”a concept whereby companies integrate social and environmental concerns in their business operations and in their interactions with stakeholders on a voluntary basis”*

Grankvist (2009) menar att CSR utgör företagets frivilliga samhällsansvar och delar in CSR i tre områden: ekonomiskt, miljömässigt och socialt ansvarstagande.

- *Ekonomiskt ansvarstagande* handlar om att bedriva verksamhet på ett sätt som maximerar aktieägarnas nytta. Företaget ansvarar för att trygga företagets finansiella ställning och generera avkastning till aktieägarna.
- *Miljömässigt ansvarstagande* behandlar vikten av att bedriva verksamhet på ett sätt som inte påverkar de naturresurser som står till företagets förfogande på ett negativt sätt.

- *Socialt ansvarstagande* handlar om att bedriva verksamhet på ett sätt som är utmärkande för en god samhällsmedborgare. Företaget ska ta hänsyn till andra medborgares välbefinnande, oavsett vilken relation de har till företaget.

### 3.2 Deegan och Unermans fyra beslutssteg

I vår teoretiska referensram har vi utgått från Deegan och Unermans (2011) fyra beslutssteg:

- *Varför* kommunicerar företag information om deras sociala och miljömässiga ansvarstagande?
- *Vem* är mottagaren av informationen?
- *Vad* för information efterfrågar intressenterna?
- *Hur* ska informationen kommuniceras?

Det första beslutssteget, *varför*, handlar enligt Deegan och Unerman (2011) om ledningens motiv till att upprätta en hållbarhetsredovisning. Det kan finnas flera anledningar till att ledningen på ett företag fattar beslut om att företaget på frivillig basis ska redovisa sitt sociala och miljömässiga ansvarstagande. Motiven till att hållbarhetsredovisa kan vara etiska skäl eller en strävan efter att gynna, eller åtminstone inte skada, samhället och miljön. Hållbarhetsredovisningar kan också upprättas av ekonomiska skäl, för att generera aktieägarvärde. Det andra beslutssteg handlar om intressentrelationen och vem informationen riktar sig mot och det tredje behandlar vilken information som ska kommuniceras i hållbarhetsredovisningen. I detta steg ska ledningen fatta beslut om vad som är viktigt för företaget att kommunicera till sina intressenter. Det är därför viktigt med en tydlig intressentdialog i det tredje beslutssteget för att ta reda på vad intressenterna efterfrågar för information. Många företag använder riktlinjer som GRI som vägledning för vad de ska redovisa i sin hållbarhetsredovisning baserat på antagandet att riktlinjer som GRI utgår från omfattande forskning om vad intressenter efterfrågar. Riktlinjer som GRI är dock framtagna för generella ändamål vad gäller hållbarhetsredovisning och möter därmed inte nödvändigtvis alla intressenters behov. Det sista beslutssteget, behandlar processen om hur kommunikation av information sker till företagets intressenter.

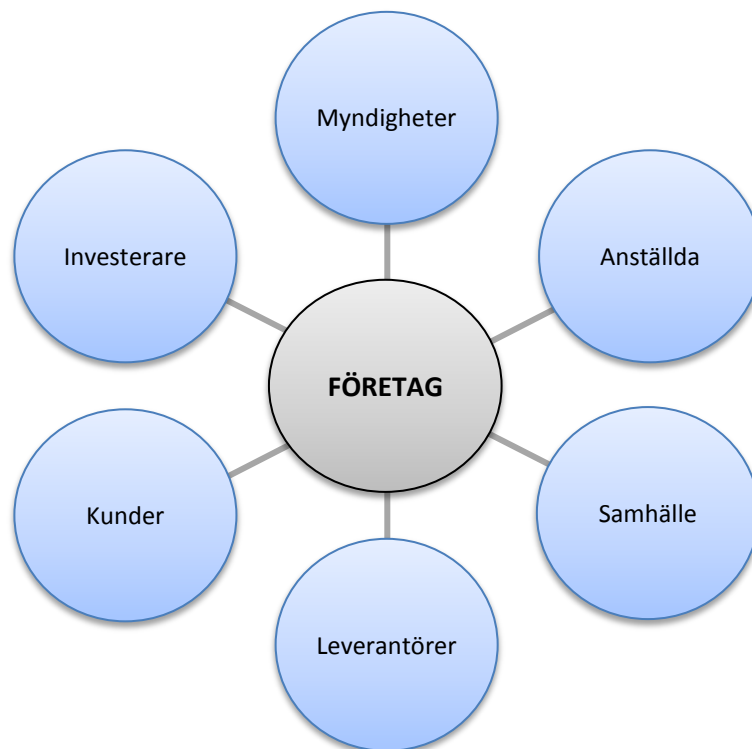
### **3.3 Intressentteorin och legitimitetsteorin**

Både intressentteorin och legitimitetsteorin beskriver förhållandet mellan företag och samhälle. De bör enligt Deegan och Unerman (2006) därför inte ses som två skilda teorier utan de kompletterar och överlappar varandra. Legitimitetsteorin behandlar relationen mellan företagen och samhället mer generellt, medan intressentteorin är mer specificerad genom att referera till relationen mellan företaget och specifika intressentgrupper i samhället.

#### **3.3.1 Intressentteorin**

Vid upprättandet av en hållbarhetsredovisning är det viktigt att företaget ställer sig frågan vilka intressenter som är användare av hållbarhetsredovisningen och vilken information de efterfrågar. Deegan och Unerman (2006) vidhåller att intressentgrupperna varierar, inte bara för olika företag, utan även inom ett företag över tiden. Därför är det viktigt att varje företag inför upprättandet av en hållbarhetsredovisning identifierar olika delgrupper av intressenter som kan tänkas påverkas av företagets verksamhet. Deras behov och förväntningar ligger sedan till grund för företagets sociala och miljömässiga ansvarstagande och för hållbarhetsredovisningen som används för att delge informationen till intressenterna.

Freeman och Reed (1983) definierar intressenter som en identifierbar grupp eller individ som kan påverka eller påverkas av uppnåendet av ett företags mål. Deegan och Unerman (2006) fastställer att många intressenter faller in under den definitionen och nämner bland andra aktieägare, långivare, myndigheter, media, anställda, de anställdas familjer, lokalsamhället. Clarkson (1995) delar in intressenterna i två huvudgrupper, primära och sekundära intressenter. Primära intressenter definieras som intressenter vars deltagande krävs för företagets överlevnad. Sekundära intressenter utgör i sin tur grupper eller individer som påverkar eller påverkas av företaget, men som inte nödvändigtvis har någon direkt förbindelse med företaget eller är oumbärlig för företagets överlevnad.



**Figur 1. Egen bearbetning av Donaldson och Prestons (1995) intressentmodell**

Deegan och Unerman (2006) delar in intressentteorin i en normativ och en positiv gren. Den normativa grenen kallas även den etiska grenen och handlar om intressenternas rättighet att bli behandlade på ett etiskt riktigt sätt av företaget. Den normativa grenen av intressentteorin bygger på att alla intressenter, oavsett vilken makt de besitter över företaget, har rätt till lika behandling. Enligt Hasnas (1998) gör den normativa grenen av intressentteorin gällande att ett företag bör hantera sina intressentrelationer oavsett om det leder till direkt påverkan på de ekonomiska resultaten. Företagen är enligt den normativa intressentteorin inte bara ett verktyg för att maximera aktieägarnas avkastning, utan företaget har en skyldighet att ta lika hänsyn till samtliga intressenters krav och intressen. Enligt det normativa perspektivet av intressentteorin har alla intressenter rätt att få tillgång till information om hur ett företag påverkar dem. Den positiva grenen av intressentteorin är mer organisationsinriktad och används i syfte att förklara hur ledningen i ett företag sannolikt kommer att prioritera förväntningar från en viss grupp av intressenter. Enligt det positiva perspektivet kommer inte företaget att hantera alla intressenternas krav likvärdigt, utan i första hand de intressenter som har störst makt över företaget. Ett lönsamt företag är enligt denna teori ett företag som svarar på förväntningar från de intressentgrupper som ett inflytande över företaget.

Donaldson och Preston (1995) delar in intressentteorin i tre perspektiv; deskriptivt, instrumentell och normativ. Den deskriptiva delen av intressentteorin används för att beskriva och förklara företagets karaktärsdrag och handlingssätt. Intressentteorin ur ett instrumentellt perspektiv förklarar kopplingen mellan företagsledningens uppgift att bedöma intressenternas reaktioner och uppnåendet av ekonomiska syften som till exempel vinstmaximering. En normativ användning av intressentteorin beskriver en tolkning av företagets funktion och de etiska riktlinjer som är aktuella för verksamheten.

### **3.3.2 Legitimitetsteorin**

Enligt legitimitetsteorin syftar företagen till att försäkra sig om att skapa legitimitet i sitt handlande och att inte överträda de normer och gränser som sätts av samhället. Samhällets normer och gränser är inte att betrakta som absoluta, utan de förändras över tiden. Det är därför viktigt att företaget är mottaglig för förändringar och anpassar sig därefter. Legitimitetsteorin utgår från att det finns ett så kallat socialt kontrakt mellan företaget och samhället som representerar de förväntningar och krav som samhället ställer på företaget. Enligt legitimitetsteorin måste företaget ta hänsyn inte bara till investerarnas förväntningar, utan även till samhället i stort. Ett misslyckande från företagets sida kan ge upphov till sanktioner från samhället, till exempel minskad efterfrågan eller begränsningar av företagets resurser. Företaget anses inte ha någon naturlig rättighet till resurser utan det är en förmån som går hand i hand med företagets legitimitet. De företag som inte arbetar med hållbarhetsfrågor och värdesätter intressenternas värderingar kan få svårt att erhålla stöd och resurser för deras framtida överlevnad. Samhället låter företaget överleva endast under villkoret att de lever upp till samhällets förväntningar. (Deegan & Unerman, 2006)

Dowling och Pfeffer (1975) anger tre kommunikationsstrategier som ett företag kan använda för att legitimera sitt handlande:

- Anpassa sin produktion, mål och metoder så att de överensstämmer med rådande definitioner av legitimitet
- Genom kommunikation försöka förändra definitionen av legitimitet så att denna överensstämmer med företagets gällande värderingar och metoder
- Genom kommunikation försöka bli identifierade med symboler och värderingar som anses stå för legitimitet.

Dowling och Pfeffer (1975) menar att företagets redovisning är ett sätt för företaget att legitimera sitt handlande och sin existens. Genom rapportering av information i företagets redovisning, kan ovannämnda strategier implementeras av företaget. Rapportering av information i företagets redovisning är ett verktyg för att kommunicera med samhället och skapa legitimitet. Legitimitet handlar enligt Ljungdahl (1999) ur företagets perspektiv om strategiska analyser av företagets intressenter. Det är sedan företagets uppgift att göra en bedömning om intressenternas krav och förväntningar för att kunna hantera dessa på ett lämpligt sätt. Legitimitet anses vara en nödvändig resurs för företaget och handlar om en överrensstämmelse mellan företagets och intressenternas värderingar. Legitimitet betraktas som subjektivt och då företagets intressenter har skilda värderingar och förväntningar, gör de förmodligen även olika bedömningar vad gäller ett företags legitimitet.

### **3.4 Institutionella teorin**

Enligt Deegan och Unerman (2006) kan den institutionella teorin användas som ett kompletterande perspektiv till intressentteorin och legitimitetsteorin för att förstå hur företag svarar på förändringar i samhällets förväntningar och på institutionella påtryckningar. Teorin kopplar samman företagets arbetssätt och branschpraxis med samhällets värderingar. Företagen kan skapa legitimitet som svar på samhällets förändrade förväntningar på företaget till exempel genom att upprätta en hållbarhetsredovisning. Deegan och Unerman delar in den institutionella teorin i två olika dimensioner som kan användas för att beskriva företagets upprättande av hållbarhetsredovisningar på frivillig basis: isomorfism och frikoppling.

Inom dimensionen isomorfism har DiMaggio och Powell (1983) identifierat tre olika processer som beskriver förändring och anpassning av branschpraxis och företagets arbetssätt i form av exempelvis redovisning av hållbar utveckling. Den första kallas tvingande isomorfism och innebär att företaget anpassar sig efter påtryckningar från de intressentgrupper som företaget är beroende av. Enligt den tvingande isomorfismen upprättar företagen en hållbarhetsredovisning på grund av att de upplever ett tvång att anpassa sitt arbetssätt för att möta krav och förväntningar som ställs av intressenter. Upprättandet av en hållbarhetsredovisning är därmed en tvingande anpassning till intressentkraven.

DiMaggio och Powells (1983) andra process utgörs av den härmande isomorfismen. Enligt denna strävar företagen efter att efterlikna andra organisationers arbetssätt för att erhålla konkurrensfördelar genom sitt legitimitetsskapande. Den härmande isomorfismen innebär att

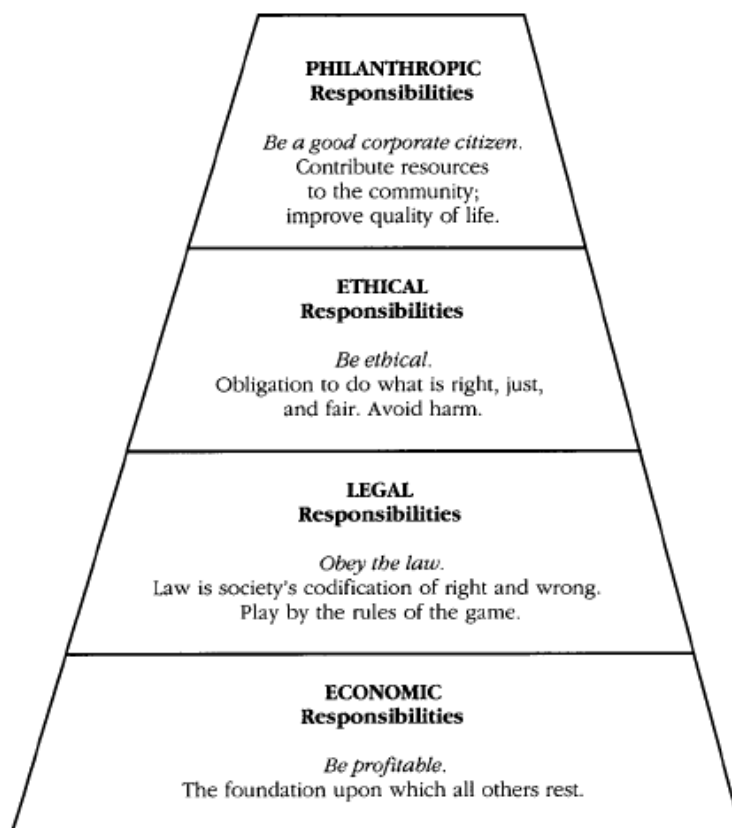
företagen implementerar ett visst tillvägagångssätt eller praxis som andra framgångsrika företag använder sig av för att kunna uppnå samma fördelar. Enligt den härmande isomorfismen upprättar företagen hållbarhetsredovisningar för att efterlikna andra företag som redovisar sitt arbete med hållbarhetsfrågor. Den normativa isomorfismen och tredje isomorfismen antar att påtryckningar genom normer leder till att företagen antar en viss branschpraxis. Påtryckningar gentemot företagen skapas till följd av gemensamma normer från inflytelserika intressenter och detta påverkar i sin tur hur företagen väljer att redovisa frågor som till exempel har med hållbar utveckling att göra.

Den frikopplade grenen av institutionella teorin innebär enligt Deegan och Unerman (2006) att ledningen på ett företag känner ett behov av att uppfattas som ett företag som antar en viss branschpraxis eller arbetssätt för att skapa legitimitet i sitt handlande. Därför upprättas en hållbarhetsredovisning som ett svar på denna eftersträvan. Hållbarhetsredovisningen är dock mest för syns skull och har ingen direkt förankring till hur företaget i verkligheten arbetar med hållbar utveckling. Det förekommer alltså en frikoppling mellan hållbarhetsredovisningen och företagets arbete med hållbarhetsfrågor i verksamheten.

### **3.5 Carrolls CSR-pyramid**

Carroll (1991) har utvecklat en pyramidformad modell för att förklara innebörden av begreppet CSR genom att beskriva vilka komponenter begreppet är uppbyggt av. Modellen syftar till att lyfta fram hur företagsledare skapar legitimitet i företagets handlande och samtidigt tar hänsyn till flera olika intressenter. Redan 1979 utvecklade Carroll ett koncept som baserades på att företag inte enbart tar ett ekonomiskt och legalt ansvar, utan även ett etiskt och filantropiskt ansvar. Carroll anser att företagen måste ta hänsyn till hela spektrumet av förpliktelser som de har gentemot samhället för att skapa legitimitet i sitt handlande. Enligt Carroll består CSR av fyra stycken olika sociala ansvarsområden; ekonomiskt, legalt, etiskt och filantropiskt ansvar, vilka ligger till grund för modellen.





Figur 2. Carrolls (1991) CSR-pyramid

### 3.5.1 Ekonomiskt ansvar

Det ekonomiska ansvaret placeras i botten av Carrolls (1991) pyramid. Anledningen till detta är att det ekonomiska ansvaret anses vara grunden för att ett företag ska existera och något som de övriga ansvarsområdena vilar på. För att uppfylla det ekonomiska ansvaret anser Carroll att företag måste uppfylla ett flertal aspekter till exempel maximera vinsten per aktie, bevara en stark marknadsposition och bibehålla en hög grad av operationell effektivitet. Framgångsrika företag definieras som konstant lönsamma företag och de måste ta ekonomiska aspekter i beaktande för att kunna agera på marknaden.

### 3.5.2 Legalt ansvar

Samhället förväntar sig inte bara att företag ska sträva efter att maximera vinsten utan att de samtidigt ska ta hänsyn till gällande lagar och förordningar. För att uppfylla det "sociala kontraktet" som existerar mellan samhälle och företag förväntas företagen uppnå sina ekonomiska målsättningar inom lagens ramar. Det legala ansvaret placeras i nästkommande lager i pyramiden, men anses samtidigt vara lika fundamentalt som det ekonomiska ansvaret. För att uppfylla de kriterier som ställs i det legala ansvarsområdet menar Carroll att företagen

ska agera på ett sätt som uppfyller förväntningar från myndigheter och det som är stadgat i lag. Företag förväntas agera som laglydiga samhällsmedborgare genom att följa statliga och lokala föreskrifter. Framgångsrika företag definieras som ett företag som följer lagar och förordningar samt erbjuder produkter och tjänster som åtminstone uppfyller de lägsta krav som ställs enligt lag.

### **3.5.3 Etiskt ansvar**

Det ekonomiska och legala ansvaret ger uttryck för hur företag ska agera på ett ansenligt sätt, men samhället förväntar sig även att företag tar ansvar för frågor som inte är reglerade i lag. Det etiska ansvaret består av standarder och normer som präglas av förväntningar från kunder, anställda, aktieägare och samhället. Det etiska ansvaret har en stark anknytning till det legala ansvaret och leder till att det legala ansvaret blir mer omfattande. Samtidigt leder det etiska ansvaret till förväntningar på att företag ska agera på en ännu högre nivå än vad som är stadgat i lag. Sammanfattningsvis menar Carroll att företagen ska agera på ett sätt som är förenligt med de förväntningar som ställs på företaget och inte kompromissar vad gäller normer och krav på etiskt ansvarstagande. En god samhällsmedborgare definieras som ett företag som följer de krav som ställs genom ett moraliskt och etiskt ansvarstagande.

### **3.5.4 Filantropiskt ansvar**

Det filantropiska ansvaret är det som får företag att ses som en god samhällsmedborgare. Skillnaden mellan filantropiskt ansvar och etiskt ansvar är att det inte finns krav på att företag ska ta ett filantropiskt ansvar utan att det är något som företagen uppfyller på frivillig basis. Samhället vill att företagen ska bidra med resurser för att öka välfärden, men de ser inte företagen som oetiska om de inte bidrar med detta.

## **3.6 Global Reporting Initiative**

Nedan presenteras GRI som enligt Barkland och Ljungberg (2010) är världens mest använda ramverk för hållbarhetsredovisning. Informationen är inhämtad från GRI:s (2006) senaste version av riktlinjer, G3.

GRI grundades 1997 i Boston av Coalition for Environmentally Responsible Economies (CERES) och Tellus institutet (GRI, 2012). År 2000 lanserade GRI den första versionen av riktlinjer som ledde fram till den senaste versionen, G3, som utkom under 2006. GRI:s

riktlinjer fungerar som ett ramverk för hur ett företag ska redovisa sin ekonomiska, miljömässiga och sociala påverkan. Syftet med GRI är att öka jämförbarheten mellan olika företag vad gäller deras arbete med hållbar utveckling och samtidigt skapa legitimitet i företagets handlande. Informationen som ska inkluderas i en hållbarhetsredovisning ska spegla de områden som har en betydande ekonomisk, social och miljömässig påverkan på företaget. Detta oavsett om informationen har positiv eller negativ påverkan på företaget. Företag måste även ta hänsyn till de områden som är väsentliga för intressenters bedömningar och beslut. GRI är uppbyggt kring olika kärnindikatorer som företag ska ta hänsyn till när de redovisar sitt arbete med hållbar utveckling. Utöver de olika kärnindikatorerna finns det även tilläggsindikatorer som syftar till att företagen kan redovisa mer omfattande information inom respektive område. Det finns även branschspecifika resultatindikatorer som ett komplement till GRI:s resultatindikatorer. När företaget har upprättat sin hållbarhetsredovisning i enlighet med GRI ska de ange på vilken nivå de har tillämpat GRI. Det finns tre olika tillämpningsnivåer A, B och C där C är den lägsta nivån. Ett plus (+) efter bokstaven betyder att redovisningen har blivit granskad av en extern part.

### **3.6.1 Vägledning för redovisningens innehåll**

Det första steget vid upprättandet av en hållbarhetsredovisning i enlighet med GRI är att bestämma vad redovisningen ska innefatta innehållsmässigt. GRI:s riktlinjer för hållbarhetsredovisning innefattar en vägledning för redovisningens innehåll som fastställer att beslut om vilken information som ska redovisas ska fattas dels utifrån företagets syfte och erfarenhet, dels med hänsyn till intressenternas förväntningar och intressen. Vägledningen innefattar ett antal principer som syftar till att definiera redovisningens innehåll.

#### ***3.6.1.1 Väsentlighet***

Informationen i hållbarhetsredovisningen ska innefatta områden och indikatorer som speglar företagets betydande ekonomiska, miljömässiga och sociala påverkan och påverkar intressenternas bedömningar eller avgöranden. Väsentligheten ska inte bedömas enbart utifrån vilka områden inom hållbar utveckling som har en finansiell påverkan på företaget, utan även baseras på förmågan att möta dagens behov utan att kompromissa vad gäller framtida generationer och deras kommande behov. För att fastställa vilken information som är väsentlig att redovisa ska en kombination av externa och interna faktorer utnyttjas. De mest väsentliga områdena ska framhållas i första hand och även andra relevanta områden bör lyftas fram, dock inte i lika stor utsträckning.

### ***3.6.1.2 Kommunikation med intressenter***

GRI:s ramverk anger att det redovisande företaget bör identifiera sina intressenter och redogöra för hur de har hanterat deras förväntningar och intressen. Alla intressenter kommer inte att använda hållbarhetsredovisningen och det är därför en utmaning att utforma hållbarhetsredovisningen på ett sätt som balanserar både specifika förväntningar från de intressenter som förväntas använda hållbarhetsredovisningen och förväntningar från en bredare grupp intressenter.

### ***3.6.1.3 Hållbarhetssammanhang***

Hållbarhetsredovisningen ska redogöra för företagets resultat inom en bred definition av hållbar utveckling. Informationen som redogör för företagets resultat ska placeras i sitt sammanhang. Informationen ska behandla hur företaget bidrar, eller strävar efter att bidra, till en förbättring eller försämring av ekonomiska, miljömässiga eller sociala aspekter. Informationen ska även spegla utveckling och trender på lokal, regional och global nivå.

### ***3.6.1.4 Fullständighet***

Hållbarhetsredovisningens innehåll ska vara omfattande nog för att åskådliggöra företagets ekonomiska, miljömässiga och sociala påverkan. Intressenterna ska även ges möjlighet att utvärdera företagets resultat. Fullständighet kopplas främst till omfattning, tid och avgränsning samt rutiner för insamling av data till hållbarhetsredovisningen.

## **3.6.2 Miljömässiga aspekter**

De miljömässiga resultatindikatorerna i GRI:s ramverk avser den påverkan som företagen har på miljön inom det område som de är verksamma på. Företaget ska redovisa hur de arbetar med att förbättra och förebygga påverkan på miljön samt vad det finns för miljörisker med företagets verksamhet. För att skapa en trovärdig bild av företagets verksamhet ska viktiga framgångar och misslyckanden inom miljöområdet innefattas i hållbarhetsredovisningen. GRI:s riktlinjer för redovisning av företagets miljöpåverkan innefattar: material, energi, vatten, biologisk mångfald, utsläpp till luft och vatten samt avfall, produkter och tjänster samt transport. Varje delområde är sedan uppdelat i olika aspekter som beskriver vad som ska finnas med inom respektive område. Företaget ska även inkludera en övergripande beskrivning av arbetet med hållbar utveckling och ange eventuella böter eller sanktioner på grund av att de har brutit mot gällande lagar och förordningar.

### **3.6.3 Sociala aspekter**

De sociala resultatindikatorerna som redovisas i GRI:s riktlinjer avser den påverkan som företagen har på det sociala system som de verkar inom. GRI:s riktlinjer för social påverkan tar upp viktiga aspekter som omfattar anställningsförhållanden, mänskliga rättigheter, samhällsansvar och produktansvar. För att skapa en trovärdig och rättvisande bild av företaget är det viktigt att företagen redovisar både framgångar och misslyckanden.

#### ***3.6.3.1 Anställningsförhållanden och arbetsvillkor***

De aspekter som behandlas inom området anställningsförhållanden och arbetsvillkor, bygger på standarder som har tagits fram av FN, internationella arbetsorganisationen (ILO) samt Wiendeklarationen. GRI:s riktlinjer för området anställningsförhållanden och arbetsvillkor innehåller följande aspekter: anställning, relationer mellan anställda och ledning, hälsa och säkerhet i arbetet, utbildning samt mångfald och jämställdhet. Företagsledningen ska beskriva hur företaget arbetar inom de ovannämnda områdena samt vad koncernen har för mål inom arbetskraftsområdet. Enligt GRI:s riktlinjer ska företaget också rapportera om vad de har vidtagit för åtgärder att öka kunskapen bland medarbetarna om arbetskraftsfrågor och medarbetarnas rätt i organisationen.

#### ***3.6.3.2 Mänskliga rättigheter***

GRI:s resultatindikatorer för mänskliga rättigheter beskriver vilka krav som ställs på att företag tar hänsyn till mänskliga rättigheter vid beslut om investeringar och val av leverantörer. Företag ska redovisa i vilken utsträckning de har tagit hänsyn till mänskliga rättigheter vid dessa beslut. Mänskliga rättigheter definieras enligt GRI av de konventioner och deklARATIONER som har tagits fram av FN, ILO samt Wiendeklarationen. GRI:s riktlinjer för området mänskliga rättigheter omfattar följande aspekter: investerings- och upphandlingsrutiner, icke-diskriminering, föreningsfrihet och rätt till kollektivavtal, förbud mot barnarbete, förhindrande av tvångsarbete och obligatoriskt arbete, klagomålshantering, säkerhetsåtgärder samt ursprungsbefolkningens rättigheter. Företagsledningen ska beskriva hur de arbetar med mänskliga rättigheter inom respektive områden och vad det finns för möjligheter och risker med hänseende till dessa.

#### ***3.6.3.3 Organisationens roll i samhället***

Företagets påverkan på samhället ska redovisas enligt resultatindikatorerna inom området organisationens roll i samhället. Även information om vilka risker som kan uppstå genom

interaktion med andra sociala institutioner och hur dessa hanteras ska rapporteras enligt riktlinjerna. Området organisationens roll i samhället innehåller redovisning av följande aspekter: samhälle, korruption, politik, konkurrenshämmande aktiviteter. Under organisationens roll i samhället ska företaget redovisa om framgångar och misslyckanden samt beskriva det förebyggande arbetet. Företaget ska även ange eventuella sanktioner till följd av att de brutit mot gällande lagar.

#### **3.6.3.4 Produktansvar**

Den påverkan som företagens produkter och tjänster har på kunderna ska enligt GRI redovisas inom området produktansvar. Detta gäller både den direkta och indirekta påverkan när det gäller hälsa och säkerhet, information och märkning samt marknadsföring och integritet. De aspekter som ska redovisas inom området produktansvar är följande: kundernas hälsa och säkerhet, märkning av produkter och tjänster, marknadskommunikation samt kundernas integritet. Även inom området produktansvar ska företagsledningen redovisa hur de arbetar inom respektive område samt redogöra för de framgångar och misslyckanden som har påverkat verksamheten

### **3.7 Morsing och Schultzs kommunikationsstrategier för CSR**

Enligt Androif och Waddock (2002) har företagens relationer med intressenterna blivit en alltmer viktig fråga för företag att ta hänsyn till. Företagens relationer med intressenterna har utvecklats till att innefatta mer än bara relationen mellan företag och dess aktieägare. För att skapa goda relationer mellan företag och dess intressenter är det viktigt att ha en öppen och lyhörd dialog mellan parterna. Morsing och Schultz (2006) har utarbetat tre stycken kommunikationsstrategier inom hållbar utveckling; stakeholder information strategy, stakeholder response strategy och stakeholder involvement strategy.

#### **3.7.1 Stakeholder information strategy**

Stakeholder information strategy innebär enligt Morsing och Schultz (2006) en ensidig kommunikation från företag till intressenterna. Kommunikationen anses vara ett sätt för företaget att förmedla sitt arbete med hållbar utveckling och således inte ett verktyg för att lyssna på vad intressenterna har för åsikter om företagets arbete. Det innebär att den information som kommuniceras från företaget inte behöver vara alltför övertygande utan den avser att informera allmänheten om företaget på ett objektiva sätt. Företag som utnyttjar stakeholder information strategy strävar efter att skapa relationer med media för att förmedla

sitt budskap till allmänheten. Företag kan genom att kommunicera information om sitt arbete med hållbar utveckling skapa en acceptans för företagets verksamhet. Enligt stakeholder information strategy kan intressenterna antingen acceptera informationen genom att visa lojalitet och köpa företagets produkter och tjänster eller demonstrera mot företaget och bojkotta dess produkter och tjänster. För att upprätthålla ett starkt stöd från intressenterna är det viktigt att företaget informerar om det arbete som sker med hållbar utveckling och om inflytelserika beslut som fattas i företaget. En av de viktigaste uppgifterna är att säkerställa att informationen kommuniceras på ett effektivt sätt för att bibehålla ett starkt stöd från företagets intressenter. Företagets informationsavdelning har till uppgift att säkerställa att budskapet som förmedlas till företagets intressenter kommuniceras på ett förtroendeingivande sätt. Det är därmed viktigt att informationen är samstämmig och att företaget inte förmedlar flera olika budskap.

### **3.7.2 Stakeholder response strategy**

Stakeholder response strategy är en asymmetrisk dubbelsidig kommunikationsstrategi som bygger på att det sker ett kommunikationsflöde mellan företaget och intressenterna. Enligt den asymmetriska modellen finns det en obalans i kommunikationsflödet mellan intressenter och företag. Obalansen uppstår på grund av att företaget inte genomför förändringar till följd av intressenternas påtryckningar. Företaget försöker istället påverka intressenternas åsikter genom att behandla de hållbarhetsfrågor som även intressenterna anser är relevanta. Det är inte ovanligt att informationsavdelningen genomför marknadsundersökningar för att få en insikt i intressenternas åsikt om företagets arbete med hållbar utveckling. Informationen används sedan för att se vad allmänheten accepterar eller tolererar från företagets sida. Detta är ett sätt att mäta om informationen har skapat en större acceptans för företagets verksamhet bland intressenterna. Företagsledningen kommer att försöka skapa en acceptans hos intressenterna för företagets verksamhet genom att fatta beslut som ligger i linje med deras intressen.

### **3.7.3 Stakeholder involvement strategy**

Stakeholder involvement strategy förutsätter i likhet med stakeholder response strategy att det förekommer en dialog mellan företaget och dess intressenter. Här förekommer dock ingen obalans i kommunikationsflödet, utan företag och intressenter antas ha lika stora möjligheter att påverka varandra. Det leder till att både företag och intressenter kommer att vara villiga att förändra sitt beteende. Enligt stakeholder involvement strategy försöker företaget inte bara

influera sina intressenter, utan företaget strävar samtidigt efter att påverkas av intressenterna och vidta de åtgärder som krävs. Stakeholder involvement strategy och stakeholder information strategy har vissa likheter då båda strategierna gör gällande att företags intressenter har två valmöjligheter. Antingen kan de acceptera den information som företaget kommunicerar eller visa att de inte accepterar företags verksamhet genom att bojkotta produkterna. Enligt stakeholder involvement strategy är det inte tillräckligt att företagen informerar sina intressenter om arbetet med hållbar utveckling. Företagen strävar också efter att skapa en dialog med intressenterna för att utveckla sitt arbete med hållbar utveckling och skapa en större acceptans för företags verksamhet.



## 4. Empiri

---

*Empirin omfattar en sammanställning av intervjuer med berörda personer på Ovako samt intervjuer med intressenter inom stålbranschen, både finansiella och icke-finansiella. Finansiella intressenter representeras av Swedbank Robur och Danske Bank. Icke-finansiella intressenter företräds av Hofors kommun och fackföreningen IF Metall.*

---

### 4.1 Ovako

*Informationen kommer från intervjuer med Ovakos affärsområdeschefer: Carl-Michael Raihle, Rickard Qvarfort, Anders Henström och Heikki Nyholm. Informationen bygger även på intervjuer med Anders Lund, ekonomi- och servicechef på Ovako Hofors AB, Sven Bäckström, Human Resources och Administration, Mats Carlsson, ansvarig för miljö, hälsa och säkerhet samt Kjell Pålsson, restproduktansvarig och Boel Schylander, miljösamordnare.*

Ovako är en ledande europeisk producent av komponentstål till kunder inom kullager-, transport-, och tillverkningsindustrin (Ovako, 2011). Företaget strävar efter att bidra till ett långsiktigt hållbart samhälle och att erbjuda sina medarbetare attraktiva arbetsplatser (Ovako, 2012).

#### 4.1.1 Vem hållbarhetsredovisningen riktar sig till

Samtliga respondenter framhåller att investerare är en av målgrupperna som hållbarhetsredovisningen riktar sig mot. Bäckström menar att det gäller både nuvarande och framtida aktieägare. Både Bäckström och Lund nämner att en hållbarhetsredovisning kan vara en förutsättning för att vissa etiska fonder ska investera i ett företag. Raihle och Qvarfort anger förutom investerare, även analytiker som en viktig målgrupp. Qvarfort menar att investerare och analytiker är viktiga målgrupper på koncernnivå, medan intressenter med lokal anknytning som lokalsamhälle, kunder och anställda är de främsta på affärsenhetsnivå.

Vad gäller icke-finansiella intressenter anser Bäckström att hållbarhetsredovisningen riktar sig till samhället i stort. Så gott som samtliga affärsområdeschefer lyfter fram interna intressenter, de anställda, som en av de viktigaste målgrupperna. Henström nämner att en av flera viktiga målgrupper med hållbarhetsredovisningen även är framtida anställda.

#### **4.1.2 Hållbarhetsredovisningens innehåll**

Raihle poängterar att väsentlig information som kommuniceras i en hållbarhetsredovisning kommer att variera från år till år, beroende på inträffade händelser under året. Han menar dock att det finns ämnesområden som är viktiga att belysa generellt sett.

##### ***4.1.2.1 Miljömässiga aspekter***

Samtliga respondenter på Ovako lyfter fram materialhantering, energi och utsläpp som väsentliga aspekter att redogöra för i företagets hållbarhetsredovisning. Ovako är enligt Lund i grunden en återvinningsindustri och det är något som ska belysas i redovisningen. Hantering av restprodukter är en annan viktig aspekt inom materialhantering där samtliga respondenter vill framhäva Ovakos arbete med att hitta alternativa lösningar för sina restprodukter eftersom det är ett område där företaget ligger i framkant. Arbetet för att minska företagets energianvändning och vilka energikällor som nyttjas är något som samtliga respondenter anser är viktigt att belysa i en hållbarhetsredovisning. Respondenterna vill även redogöra för hanteringen av den spillvärme som genereras i produktionen eftersom det leder till både miljömässiga och ekonomiska fördelar. Lund berättar att Ovako samarbetar med lokala fjärrvärmebolag på respektive ort för att ta tillvara på genererad spillvärme.

Hantering och rening av vatten framhålls av samtliga respondenter som viktigt att lyfta fram i hållbarhetsredovisningen eftersom det påverkar de närboende. Ovarfort berättar att det finns väl utbyggda system för vattenrening och mycket fokus ligger på att föroreningar inte får komma ut till vattendragen. Enligt Bäckström gör Ovako många investeringar för att minska utsläpp till vatten och luft, vilket han anser är viktigt att redogöra för. Henström menar att information om Ovakos utsläpp är något som efterfrågas av intressenterna och det är därför viktigt att lyfta fram. Qvarfort framhåller att även utsläppsrätter är en viktig fråga för Ovako att redovisa i sin hållbarhetsredovisning, då kraven på företagen kommer att skärpas i framtiden. Nyholm menar att lagstiftningen sätter gränser i Norden vad gäller miljöskydd och utsläppsrätter och att det är därför viktigt att Ovako rapporterar om att de följer lagar och förordningar. Enligt Qvarfort bör man framhålla att en hel del av de investeringar som Ovako gör inte syftar till att öka lönsamheten utan enbart är till för att klara miljökraven med råge.

Bäckström anser att miljöpåverkan i nästkommande led i produktionskedjan känns mer som marknadsföring än objektiv information och är tveksam till om det bör redogöras för i en hållbarhetsredovisning. Han nämner att företaget däremot skulle kunna lyfta fram att Ovako

tillverkar specialstål och tillhandahåller lättare lösningar som möjliggör en mindre miljöpåverkan. Enligt Nyholm har Ovako kundernas miljöpåverkan till följd av användandet av företagets produkter i åtanke, men det är enligt honom inte så viktigt att belysa i hållbarhetsredovisningen. Transport anses av samtliga respondenter vara ett område som inte bör ta så mycket plats i hållbarhetsredovisningen. Lund menar att Ovako inte har så bra förutsättningar för miljövänliga transporter och det är därför ett område som bör tonas ned i.

#### **4.1.2.2 Sociala aspekter**

Enligt Raihle är det viktigt för Ovako att kommunicera att de eftersträvar att vara en god samhällsmedborgare. Han menar att den del av hållbarhetsredovisningen som behandlar samhällspåverkan kommer inte att vara lika omfattande faktamässigt som den del som berör företagets miljöpåverkan, men sociala aspekter är ändå viktiga. Qvarfort beskriver i likhet med flertalet respondenter, symbiosen som uppstår mellan företag och samhälle i små bruksorter och anser att denna bör beskrivas i Ovakos hållbarhetsredovisning.

Bäckström ställer sig tveksam till huruvida sociala aspekter som medarbetaransvar och samhällspåverkan bör finnas med i hållbarhetsredovisningen. Han menar att informationen främst är av intresse för de anställda och är skeptisk till om målgruppen är tillräckligt bred för att informationen ska vara relevant att rapportera externt. Det kan vara lämpligt att beskriva på en generell nivå hur Ovako arbetar med ett antal frågor som till exempel säkerhet och friskvård. Samtidigt förblir Ovako en tung industri och Bäckström menar att det är viktigt att väga sina ord så att informationen inte blir missvisande. Enligt Qvarfort har dock medarbetaransvaret stor betydelse på affärsenhetsnivå, och bör ha det även på koncernnivå. Han anser därför att det är relevant att belysa i hållbarhetsredovisningen.

Lund beskriver stålindustrin som en mansdominerad bransch och anser därför att jämställdhet är ett relevant område att belysa. Henström anser att det kan lyftas fram att Ovako har en jämställdhetspolicy och en kommitté som driver den typen av frågor. Enligt samtliga respondenter är säkerhet ett viktigt område att belysa i redovisningen och det är väsentligt att beskriva förebyggande åtgärder som vidtas för att minska antalet olyckor. Lund förklarar att säkerhetsrutiner är styrta av lagstiftning i viss utsträckning och det kan därmed vara viktigt att upplysa om vilka regelverk Ovako omfattas av i hållbarhetsredovisningen.

Affärsetik och mänskliga rättigheter anses av samtliga respondenter ha liten betydelse i Ovakos hållbarhetsredovisning med anledning av att Ovako verkar inom Europa. Qvarfort framhåller dock att Ovako även köper in legeringsämnen som ofta kommer från länder utanför Europa, och han menar att det i hållbarhetsredovisningen bör framgå varifrån legeringsämnena kommer och hur företaget hanterar eventuella etiska tveksamheter. Nyholm anser att det är viktigt att kommunicera att företaget tar hänsyn till etiska aspekter och att lagar och förordningar efterföljs. Merparten av respondenterna är dock av åsikten att det är uppenbart att etiska oegentligheter som till exempel barnarbete inte förekommer, och anser därför inte att det är relevant att företaget behandlar sådana aspekter i redovisningen. Samtliga respondenter är överens om att en kort redogörelse för att Ovakos handel sker med grannländer kan vara lämplig. Detta för att ge en förklaring till varför etiska aspekter inte behandlas mer djupgående i hållbarhetsredovisningen.

#### **4.1.3 Motiven till upprättandet av en hållbarhetsredovisning**

*Informationen kommer från en intervju med Ovakos VD, Tom Erixon.*

Erixon beskriver inledningsvis hållbarhetsfrågan som ett ramvillkor i dagens samhälle. Tvingande skäl är därför en av flera orsaker till att Ovako avser upprätta en hållbarhetsredovisning. Erixon anser att hållbarhetsfrågan i likhet med alla ramvillkor inte nödvändigtvis behöver utgöra en nackdel. Ramvillkor behöver inte leda till ett motsatsförhållande, utan nyckeln i företagande är att få frågorna att gå ihop. Företag driver exempelvis inte en effektiv produktion genom att slösa på energi eller råmaterial. Hållbarhetsfrågornas framväxt har bidragit till att det har blivit mer komplicerat att driva en tung produktion idag än för femtio år sedan, men Erixon är trots detta övertygad om att produktionen bedrivs med högre effektivitet än tidigare. Hållbarhetsfrågor kan uppfattas som ett nödvändigt ont, men det är ett ramverk och ett intressentperspektiv som företagsledare numera måste förhålla sig till. Enligt Erixon är hemligheten att finna ett effektivt tillvägagångsätt så att det fungerar i verksamheten.

Erixon skiljer på hållbar utveckling och hållbarhetsredovisning och anger att hållbar utveckling till stor del är en lönsamhetsaspekt. Det finns ekonomiska drivkrafter bakom arbetet med hållbar utveckling och många hållbarhetsfrågor är viktiga ur lönsamhetssynpunkt. Genom att minska energiförbrukningen och hitta en marknad för genererade restprodukter kan Ovako öka lönsamheten i verksamheten. Utifrån det perspektivet finns ekonomiska

incitament att arbeta med hållbarhetsfrågor. Ovako måste samtidigt hålla sig inom de gränsvärden och restriktioner som myndigheterna ställer, vilket leder till att företaget även måste fatta beslut inom hållbar utveckling som inte alltid är de mest lönsamma alternativen. Ovako tar också rena miljömässiga beslut där det inte finns några direkta kopplingar till lönsamhet. Enligt Erixon är förväntningar från intressenter den viktigaste drivkraften till att Ovako upprättar en hållbarhetsredovisning. Kraven och förväntningarna har blivit större och det finns en efterfrågan från intressenterna på information om hur företaget arbetar med hållbarhetsfrågor. Ovako måste därför ha ett svar på intressenternas frågor om verksamheten. Erixon menar att det inte längre räcker att hävda att företaget gör ett bra arbete. Det krävs data som visar resultat och hur utvecklingen har sett ut för att möjliggöra en dialog mellan företag och intressenter. Han anser att det är viktigt att inte hamna i ett läge där någon annan driver dialogen vilket avsaknaden av fakta och dokumentation kan leda till.

Erixon beskriver Ovakos exponering som uppdelad på två nivåer, där den första är när en situation inträffar till exempel utsläpp eller läckage. I en sådan situation behövs dokumentation som stöd och det är en fördel att visa att företaget arbetar med en tydlighet och transparens kring frågorna. Den andra nivån av exponering följer av att basindustrin alltid kommer att vara ifrågasatt på grund av dess miljöeffekter. Erixons uppfattning vad gäller hållbarhetsfrågor är att om stålindustrin kan bli bättre på att redovisa hur läget ser ut och hur arbetet sker med frågorna, skapas ett mer okomplicerat klimat för politiker att fatta rationella beslut. Enligt Erixon är behovet av intern uppföljning en annan stark drivkraft till upprättandet av en hållbarhetsredovisning. En hållbarhetsredovisning är för Erixon ett verktyg för att underlätta uppföljning mot internt ställda mål och att följa upp interna processer i verksamheten. Fördelen med uppföljning i form av en hållbarhetsredovisning är att företaget ansluter sig till ett standardiserat tillvägagångssätt som är lätt att förhålla sig till för flera parter.

Enligt Erixon har Ovako levt ett alltför undanskymt liv, något som privatägda företag i dagsläget kan göra. Hållbarhetsredovisning är ett ramvillkor för att existera som företag och Erixon ser utvecklingen inom hållbarhetsredovisning som positiv. Han anser att hållbarhetsredovisning underlättar vad gäller kommunikation med politiker, myndigheter och kommuner. Det är ett sätt för Ovako att lägga korten på bordet och visa hur företaget jobbar med hållbarhetsfrågor. Kärnan i att hållbarhetsredovisa är att visa intressenterna hur företaget arbetar med hållbar utveckling. Hållbarhetsredovisningen kan utgöra underlag för en dialog

med intressenterna. Utgångspunkten är då en redogörelse för företagets arbete med hållbar utveckling som företaget själva har kontroll över. En hållbarhetsredovisning kan också i viss utsträckning utgöra ett rekryteringsverktyg. Det är viktigt för Ovakos image att framhålla att hållbarhetsaspekter är viktiga för företaget. Erixon anser att hållbarhetsredovisning kan bidra till marknadsföring, men framhåller att det i så fall är marginellt. Han ser inte hållbarhetsredovisningen i grunden som ett marknadsföringsverktyg, men den underlättar för kunder att få tillgång till information om hur Ovako arbetar med frågorna.

Erixon menar att Ovako för närvarande tar mycket för givet när det gäller intressenternas efterfrågan om vad som ska ingå i hållbarhetsredovisningen. Han förutsätter att intressenterna anser att det är relevant att Ovako redogör för aspekter som exempelvis energi och utsläpp. Information om vad som efterfrågas inhämtas främst från myndigheter eftersom det finns regleringar och tillstånd som företaget måste ta hänsyn till. Det är dock möjligt att det kommer bli aktuellt med mer extensiva intressentdialoger längre fram i processen för att inhämta information om vad intressenterna vill läsa om i företagets hållbarhetsredovisning. Erixon nämner fyra intressenter som hållbarhetsredovisningen kommer rikta sig till i första hand: samhälle, anställda, kunder och investerare. Med ett kortsiktigt perspektiv är dock investerare inte så viktiga på grund av att Ovako i dagsläget är privatägt.

## **4.2 Swedbank Robur**

*Informationen kommer från en intervju med Helena Larson, hållbarhetsanalytiker på Swedbank Robur som utgör en av de större ägarna i stålföretaget SSAB.*

Swedbank Robur är en av Nordens ledande aktörer inom ansvarsfulla placeringar och erbjuder genom sina ansvarsfulla fonder, placeringar i bolag som visar att de kan hantera miljömässiga, sociala och etiska risker. Swedbank Robur har undertecknat FN:s globala riktlinjer för ansvarsfull kapitalförvaltning. (Swedbank, 2010)

### **4.2.1 Hållbarhetsredovisningens innehåll**

Larsons uppfattning är att många företag upprättar en hållbarhetsredovisning som ett verktyg för att driva arbetet med hållbarhetsfrågor där de interna processerna och medarbetarna är i fokus. Hon är av uppfattningen att medarbetarna är de som i första hand tar del av hållbarhetsredovisningen och tror inte att finansanalytiker som inte har speciella hållbarhetskriterier att förhålla sig till tar hänsyn till innehållet i hållbarhetsredovisningar.

#### **4.2.1.1 Miljömässiga aspekter**

Larson anser att återvinning av material och hantering av restprodukter är viktiga aspekter att lyfta fram i en hållbarhetsredovisning i stålbranschen. Eftersom företag i stålbranschen är en stor förbrukare av energi är det relevant att redogöra för information om företagens arbete med att minska sin energianvändning. Detsamma gäller hantering av spillvärme då det genereras mycket spillvärme i stålföretagens produktionsprocesser. Vattenfrågan är inte så relevant för ett företag med produktion i Sverige. Larson anser dock att det för globala bolag med produktion i länder där det råder brist på vatten, är en viktig fråga att lyfta fram i. Även hantering av miljöfarligt avfall och utsläpp är viktiga aspekter i stålbranschen och initiativ för att minska koldioxidutsläppen är information som Larson efterfrågar.

Larson framhåller att Swedbank Robur gärna vill se proaktivitet och innovation hos företagen. I en hållbarhetsredovisning bör företagen inte bara svara på hur de reagerar på marknad och lagstiftning, utan påvisa att företaget har ett eget driv. Larson anser därför att stålföretagens produktutveckling och hur denna kan möjliggöra en mindre miljöpåverkan i nästkommande led är en högst relevant aspekt att lyfta fram i en hållbarhetsredovisning.

#### **4.2.1.2 Sociala aspekter**

Bidrag till lokalsamhället är enligt Larson inte en intressant aspekt ur ett analytikerperspektiv. Hon menar att det för en investerare inte är intressant att ta del av vilka filantropiska aktiviteter företaget deltar i. Att ett företag skänker pengar till välgörenhet är inte en aspekt som hon tar hänsyn till vid värdering av ett bolag. Investerare vill inte se ett stort utflöde av pengar som inte ger någon återverkan på företaget.

Larson anser att hantering av leverantörskedjan är en av de viktigaste aspekterna ur ett investerarperspektiv. Hon efterfrågar information om materialets ursprung, utvinningsprocessen och vilka regioner materialet kommer ifrån, speciellt om det härstammar från högriskländer. Av konkurrensskäl vill förmodligen inte alla företag beskriva sin leverantörskedja i detalj, men Larson vill i en hållbarhetsredovisning se bevis på att företaget har processer för att kunna hantera frågor som gäller inköp. Korruption är också viktigt och Larson vill i en hållbarhetsredovisning se att stålföretag har policys och processer för att motverka etiska oegentligheter. Om företaget har leverantörer från andra delar av världen vill

en investerare kunna få en uppfattning om hur avtalen ser ut och på vilka grunder företagen väljer sina partners.

Säkerhetsrutiner i produktionen är precis som leverantörskedjan, en av de viktigaste aspekterna att framhålla i en hållbarhetsredovisning i stålbranschen. Larson poängterar att stålbranschen är en olycksdrabbad bransch och säkerhet är därför en central fråga. Larson efterfrågar information om hur företagen arbetar med att förebygga olyckor och hur de säkerställer en trygg arbetsmiljö. I hållbarhetsredovisningen vill hon se nyckeltal som visar olycksstatistik och vad företaget har gjort för att förebygga olyckor. Enligt Larson är det också av intresse att i en hållbarhetsredovisning ta del av hur företaget arbetar med kompetensutveckling och huruvida det finns system för att säkerställa rätt kompetens på rätt plats. Eftersom stålbranschen är en väldigt mansdominerad bransch är jämställdhet och företagskultur relevanta aspekter att framhålla. Sammanfattningsvis anser Larson att de tre viktigaste hållbarhetsfrågorna i stålbranschen är hantering av koldioxidutsläpp, hur företagen arbetar med säkerhetsrutiner och hur de säkerställer leverantörskedjan.

### **4.3 Danske Bank**

*Informationen kommer från en intervju med Carl Gustafsson, analytiker på Danske Bank, som bland annat genomför analyser av SSAB.*

Danske Bank följer koncernens policy för ansvarsfulla investeringar för att försäkra sig om att kundernas investeringar inte placeras i företag som bryter mot FN:s principer (Danske Bank, 2012).

#### **4.3.1 Hållbarhetsredovisningens innehåll**

Gustafsson framhåller att arbetet med hållbar utveckling kan leda till ekonomiska fördelar både för aktieägare och för samhället i stort. Nedan presenteras de ämnesområden som han prioriterar i en hållbarhetsredovisning i stålbranschen.

##### **4.3.1.1 Miljömässiga aspekter**

Enligt Gustafsson utgör material och energi stora kostnadskomponenter i stålbranschen och de är därför väsentliga aspekter att lyfta fram i en hållbarhetsredovisning. Ur ett analytikerperspektiv anser han att det är viktigt att få information om råmaterialets geografiska ursprung och hur framtagningsprocessen ser ut. Det är viktigt att företagen sköter



inköp av material på ett godtyckligt sätt och att de rapporterar om eventuella miljöskadliga effekter. Inköp av råmaterial utgör en central del av verksamheten och är ett fundament för hela bolaget, varför det är viktigt att det hanteras på ett bra sätt.

Företag i stålbranschen är stora förbrukare av energi vilket gör energi till en stor kostnad för företagen och är därmed en intressant aspekt att lyfta fram i en hållbarhetsredovisning. Gustafsson efterfrågar information om hur företaget kan effektivisera sin energianvändning då det kan ha en positiv påverkan på vinsten för bolaget. Gustafsson nämner hantering av spillvärme som ytterligare en relevant aspekt eftersom det kan ge positiva effekter både ekonomiskt och för samhället. Hur företaget behandlar sin vattenanvändning är inte en aspekt som Gustafsson lägger någon större vikt vid i en analys av ett svenskt stålföretag. Vattenfrågan kan vara relevant i andra branscher, men det är inte ett betydande problem i stålbranschen. Gustafsson menar att det faktum att vatten är en gratis resurs bidrar till att han inte tycker att det är så viktigt att få information om.

Gustafsson hävdar att koldioxidfrågan är en högst relevant fråga i stålbranschen eftersom stålföretag bidrar till stora utsläpp av koldioxid. I dagsläget får företagen utsläppsrätter tilldelade, men det kan hända att de i framtiden får betala för utsläppsrätterna. Därför är det enligt Gustafsson intressant att se hur företag gör för att minska mängden koldioxid som släpps ut. Försäljning av utsläppsrätter kan ge positiva ekonomiska effekter, varför det är gynnsamt om företagen kan minska sina utsläpp. Gustafsson efterfrågar även information om transporter eftersom det går hand i hand med hur mycket kapital som binds i lager. Gustafsson menar att en effektiv transportkedja kan leda till ekonomiska fördelar både för aktieägare och för samhället i stort.

#### ***4.3.1.2 Sociala aspekter***

Gustafsson nämner att påverkan på närboende och lokalsamhälle kan vara intressant eftersom det är en förutsättning för att företaget ska få bedriva sin produktion. Stålintustrin är en tung industri och företagen måste få produktionstillstånd om de vill öka sin produktion. Vålgörenhetsaktiviteter som sponsring av lokala evenemang anser han dock inte vara av intresse ur ett analytikerperspektiv. Gustafsson kräver inte att mänskliga rättigheter ska belysas i en hållbarhetsredovisning eftersom han förutsätter att det hanteras på ett korrekt sätt. När det gäller företag med produktion i Sverige antas de arbetsrättsliga förhållandena vara relativt goda. Det är väsentligt att rapportera huruvida avvikelser förekommer, men

Gustafsson lägger inte någon vikt vid det i en analys eftersom han förutsätter att företag lever upp till en normal social kod för svenskt företag. Det viktigaste är att företaget följer lagar och förordningar.

Gustafsson vill gärna se nyckeltal om sjukfrånvaro eftersom det är en god indikator på hur väl de anställda behandlas. Utvecklingsmöjligheter är viktigt och han vill se att de anställda har möjligheter att påverka och komma med förslag för att förbättra verksamheten. Initiativ för jämställdhet är relevant att lyfta fram i en hållbarhetsredovisning i stålbranschen eftersom branschen är väldigt mansdominerad. Gustafsson efterfrågar även information om säkerhetsrutiner då stålbranschen är en olycksdrabbad bransch. Företagen bör redovisa siffror för olyckor som skett under året och belysa hur arbetet fortgår med att minska antalet olyckor.

#### **4.4 Investmentbolag X**

*Informationen kommer från mailsvar vid intervjuförfrågan.*

”Tack för er förfrågan! Som stor ägare i ett antal large-cap bolag har vi strategiska krav på våra innehavsbolag som vi driver genom styrelsearbete. Vi har däremot ingen ambition eller några möjligheter att ha operativa synpunkter på hur hållbarhetsarbetet ska bedrivas. Vårt krav är att man arbetar med frågorna, integrerar dem som en naturlig del i processerna samt har resurser att bedriva och följa upp arbetet. Mot denna bakgrund tror jag inte att jag har så mycket att bidra med i en intervju.

Med bästa hälsningar X”

#### **4.5 Pensionsfond Y**

*Informationen kommer från ett telefonsamtal vid förfrågan om intervju.*

Y arbetar med indexförvaltning och har som strategi att följa aktuella lagar och direktiv. Y går dock inte in mer djupgående på varje enskilt bolag och analyser innehållet i dess hållbarhetsredovisning. Det finns en efterfrågan på hållbarhetsinformation från företagen, men det tas inte någon större hänsyn till sådan information vid investeringar. Hållbarhetsredovisningar är ett bra verktyg för att skapa transparens och samla all information

på ett ställe, men det kommer i slutändan inte utgöra ett investeringsunderlag. Y anser därför att de inte har så mycket att bidra med till studien.

## **4.6 Hofors kommun**

*Informationen kommer från en intervju med Jonas Sandin, miljöinspektör på Hofors kommun och ansvarig för tillsynsfrågor på Ovako i Hofors.*

Hofors kommun innefattar ett miljö- och hälsoskyddskontor med målet att ge kommuninvånarna en tillvaro som inrymmer god hälsa och livsmiljö. Miljö- och hälsoskyddsinspektörerna i kommunen arbetar med tillsyn på olika lokaler, anläggningar och verksamheter, och deltar även på andra sätt i det förebyggande hälsoskyddsarbetet i kommunen. (Hofors kommun, 2012)

### **4.6.1 Hållbarhetsredovisningens innehåll**

Sandin vill gärna se att företagen antar ett långsiktigt perspektiv i hållbarhetsredovisningen och önskar att de lyfter fram ett visst område och beskriver utvecklingen inom detta. Företagen bör fördjupa sig i olika fokus- eller projektområden med ett perspektiv på fem till tio år. Om företaget har ett längre perspektiv kan man ur ett myndighetsperspektiv tänkas acceptera lägre krav på kort sikt.

#### **4.6.1.1 Miljömässiga aspekter**

Sandin vill i en hållbarhetsredovisning se information om skrotets ursprung eftersom innehållet till stor del avgör vilka produkter som kommer ut från verksamheten och innehållet i slaggprodukter och utsläpp. Sandin menar att det är viktigt att företaget beskriver processerna för hur de kan minska sina produkters miljöpåverkan hos kund.

Enligt Sandin är det av intresse att bli informerad om vilka energikällor som företaget nyttjar och han vill ha tillgång till korrekta siffror. Aspekter som energi per ton och hur mycket el företaget förbrukar i de olika processerna är information som myndigheter tar hänsyn till vid prövningar. Hofors kommun vill se hur utvecklingen har sett ut de senaste åren och det är en fördel att belysa om företaget arbetar för att uppnå olika mål eftersom det ökar förståelsen för verksamheten. Det är ur ett myndighetsperspektiv viktigt att få information om hur företagets vattenhantering sker. Stora mängder vatten släpps ut från industrier i stålbranschen och därför är det viktigt att lyfta fram hur företaget arbetar med problemet. Om företaget har en policy

för effektivisering av vattenhantering är denna viktig att redogöra för i hållbarhetsredovisningen. Effektiviseringsåtgärder kan leda till både miljömässiga och ekonomiska vinster för företaget. Transporter är ett viktigt område som Sandin anser att det ofta saknas information om i dagsläget. Han menar att transporter är relativt nytt vad gäller myndighetstillsyn och det finns kunskapsluckor inom området som behöver fyllas ut.

#### **4.6.1.2 Sociala aspekter**

Vad gäller företagets samhällspåverkan anser Sandin att påverkan på de närboende är en viktig aspekt att framhålla för en stor arbetsgivare som Ovako. Korruption, politiska ställningstaganden, lobbying och konkurrenshämmande aktiviteter är även de viktiga aspekter när det gäller ett företags påverkan på samhället. Kommunen efterfrågar inga detaljer, men det är viktigt ur ett myndighetsperspektiv att känna till huruvida företagen driver frågorna. Sandin vill erhålla information om eventuell lobbying eftersom han menar att det kan påverka bedömningen av väsentligheten av innehållet i hållbarhetsredovisningen. Om företaget bedriver konkurrenshämmande aktiviteter kan det ha inverkan vid myndighetsbeslut och därför är det bra om företaget visar hur de arbetar med frågan för att underlätta myndigheternas arbete.

Utbildning och möjligheter till utveckling inom företaget är enligt Sandin intressanta aspekter att erhålla information om inom medarbetaransvar. Han menar att om företaget inte arbetar med dessa frågor så ökar risken för att verksamheten går dåligt. Medarbetarnas utbildning och utvecklingsmöjligheter utgör framför allt viktiga parametrar för att reducera utsläpp och extern påverkan på miljön. Kvalitetssäkring kan vara relevant att belysa eftersom kommunen ur ett myndighetsperspektiv väger skada mot nytta i en miljöprövning. Sandin hävdar att om ett företag kan bidra till en bättre slutprodukt så kan myndigheter till viss del förstå och acceptera lite större miljöstörningar på kort sikt.

## **4.7 IF Metall**

*Informationen kommer från en intervju med Timo Viiperi, ordförande för fackföreningen IF Metall på Ovako i Hofors.*

IF Metall arbetar för medlemmarnas intressen och strävar efter ett demokratiskt och jämställt samhälle där alla ska ha rätt till ett bra och tryggt arbete. Kärnan i IF Metalls krav på ett hållbart arbete är att alla anställda ska ha ett meningsfullt arbetsinnehåll och kunna växa i sitt

arbete. IF Metall är ägare av projektet ”Hållbar utveckling och konkurrenskraft” som syftar till att skapa en bestående förändring och utveckling av arbetsorganisationer för att ge medarbetarna ett utvecklat arbetsinnehåll. (IF Metall, 2012)

#### **4.7.1 Hållbarhetsredovisningens innehåll**

Viiperi efterfrågar generellt sett många jämförelser mot andra företag i branschen i en hållbarhetsredovisning. Det är ett sätt att vidareutveckla företagets arbete med hållbarhetsfrågor.

##### ***4.7.1.1 Miljömässiga aspekter***

Enligt Viiperi har företag i stålbranschen fått mycket kritik för att de inte tar ansvar för miljön och om Ovako kan visa att en del investeringar är till fördel ur ett miljöperspektiv så kan det gynna hela branschen.

Stålbranschen är en energikrävande industri och Viiperi vill ha information om den miljöpåverkan som sker till följd av energiförbrukandet och hur Ovako arbetar för att minska sin energianvändning. De anställda på Ovako efterfrågar information om energiförbrukningen i siffror, men Viiperi skulle vilja se att det redovisas på ett mer praktiskt sätt som är lätt att relatera till, exempelvis i förhållande till hur mycket el en villa förbrukar under ett år. Viiperi tror att man genom att redovisa siffrorna på ett lättförståeligt sätt kan öka medvetenheten hos de anställda om energiåtgången. Vattenhanteringen påverkar samtliga boende i närområdet och därmed bör företaget rapportera om vilka åtaganden som görs när det gäller vatten. Viiperi framhåller att hantering av spill och restprodukter är viktiga områden att belysa och då även lyfta fram att Ovako är en återvinningsindustri. Enligt Viiperi är Ovako dåliga på att poängtera att det material som Ovako levererar till kund vidareförädlas hos kund till produkter som är bra för miljön. Viiperi efterfrågar även information om hur utvecklingen inom transport har sett ut siffermässigt under åren.

##### ***4.7.1.2 Sociala aspekter***

Enligt Viiperi är medarbetaransvaret viktigt att belysa i en hållbarhetsredovisning. Han efterfrågar information om utvecklingen för visstidsanställning, eftersom visstidsanställningar leder till problem för många unga i arbetslivet och påverkar deras möjligheter att erhålla vissa sociala förmåner. Förmåner till anställda är också något som Viiperi skulle vilja läsa om i en hållbarhetsredovisning. Han anser att bransch-siffror är av intresse, för såväl nuvarande som

blivande medarbetare. Information om förmåner till anställda är viktigt att kommunicera för att visa att stålbranschen är en attraktiv bransch. Viiperi beskriver relationer mellan anställda och ledning som en mycket viktig aspekt som bör ta plats i en hållbarhetsredovisning. Han anser att arbetsklimatsanalyser bör genomföras och kommuniceras även externt för att möjliggöra jämförelser mot konkurrenter. Utbildning och möjligheter till utveckling är intressanta aspekter att läsa om i en hållbarhetsredovisning och gärna i jämförelse med andra företag i branschen. Viiperi menar att om Ovako vill bli bäst i världen på att tillverka stål och för att få in rätt medarbetare i företaget så borde aspekter som handlar om medarbetarutveckling lyftas fram i hållbarhetsredovisningen och det bör redovisas på ett öppet och ärligt sätt. Jämställdhetsfrågan är viktig för att få in fler kvinnor i branschen och i en hållbarhetsredovisning är det väsentligt med information om eventuella löneskillnader och andelen kvinnor i företaget.

Viiperi efterfrågar information om hur säkerhetssituationen ser ut i dagsläget, men även hur den har sett ut historiskt, för att kunna göra jämförelser över tid och koppla det till hur Ovako arbetar med frågorna. Trenden inom säkerhet har varit nedåtgående de senaste åren med ett stigande antal olyckor och det är viktigt att vara ärlig och visa statistiken. För att bli en attraktiv arbetsplats i framtiden är det viktigt med en tydlig kommunikation om hur företaget arbetar med säkerhetsfrågorna. Enligt Viiperi är bruksmentaliteten viktig och ska belysas i en hållbarhetsredovisning eftersom företag har stor påverkan på samhället i små bruksorter. Ovako arbetar mycket med samarbeten med skolor vilket är något som bör lyftas fram i hållbarhetsredovisningen. Viiperi vill gärna i en hållbarhetsredovisning se information om hur företag arbetar mot korruption, men tror att trovärdigheten skulle bli ifrågasatt. Företag ska rapportera om eventuella initiativ för att främja fri konkurrens, motverka kartellbildning och att poängtera att företaget följer konkurrenslagstiftningen.

Enligt Viiperi är kundernas hälsa och säkerhet bland de viktigaste aspekterna att lyfta fram i en hållbarhetsredovisning eftersom det en överlevnadsfråga för företaget. Utvärdering när det gäller produktsäkerhet och kvalitet bör redovisas i så stor utsträckning som möjligt och det är viktigt att även framhålla eventuella dåliga siffror. Viiperi menar att om Ovako vill vara världens bästa stålföretag så har företaget en hel del att leva upp till. Reklamationer är då ett bra sätt att mäta hur bra företaget är. Kundnöjdhet är en överlevnadsfråga för alla företag och det är något som Viiperi tycker att Ovako kan rapportera om.

## 5. Analys

---

*Nedan analyseras empiriskt material med presenterade teorier som utgångspunkt. Fokus ligger på motiven till att hållbarhetsredovisa, till vilka intressenter företaget riktar informationen och hur kommunikationen med intressenterna sker. Detta för att leda fram till en konklusion av vilken information som är väsentlig att kommunicera.*

---

### 5.1 Motiven till att upprätta en hållbarhetsredovisning

Erixon, Ovacos VD, framhåller att det finns flera motiv till att Ovako vill upprätta en hållbarhetsredovisning. Drivkrafterna analyseras nedan med utgångspunkt i Carrolls CSR-pyramid, legitimitetsteorin samt den institutionella teorin.

Erixons resonemang om motiven till Ovacos arbete med hållbar utveckling och redovisningen av detta följer Carrolls (1991) CSR-pyramid. Erixon börjar med att beskriva att det framför allt finns ekonomiska drivkrafter till att arbeta med hållbar utveckling. Många hållbarhetsfrågor är viktiga ur lönsamhetssynpunkt och genom att exempelvis minska energiförbrukningen och hitta marknader för genererade restprodukter kan Ovako öka lönsamheten i sin verksamhet. Erixon inleder diskussionen med ett ekonomiskt perspektiv vilket utgör grunden i Carrolls (1991) pyramidformade modell för CSR. Företag har enligt modellen ett ekonomiskt ansvar gentemot sina intressenter och förväntas maximera vinsten åt sina aktieägare. När Erixon belyser de ekonomiska incitamenten avser han främst arbetet med hållbar utveckling och inte själva redovisningen. Ekonomiska drivkrafter tycks vara ett grundläggande incitament till att börja arbeta med hållbarhetsfrågor och hållbarhetsredovisningen i sig är ett bra verktyg för att förmedla informationen till intressenterna.

Enligt Erixon måste Ovako dessutom hålla sig inom utsatta gränsvärden och restriktioner från myndigheter. Det leder till att företaget i vissa fall måste fatta beslut som inte alltid utgör de mest lönsamma alternativen ur ett ekonomiskt perspektiv. Erixons diskussion följer Carrolls (1991) pyramid upp till det legala ansvaret som utgör det andra lagret i modellen, och beskriver hur företag måste ta hänsyn till gällande lagar och förordningar. När det gäller lagstiftning avser Erixon främst arbetet med hållbar utveckling, då det i dagsläget inte finns några lagstadgade krav på att privatägda företag måste upprätta en hållbarhetsredovisning.

När det kommer till hållbarhetsredovisningen anger Erixon att krav och förväntningar från intressenter är den viktigaste drivkraften eftersom hållbarhetsfrågan utgör ett ramvillkor i dagens samhälle. Vi ser tydliga kopplingar mellan Erixons resonemang om ramvillkor och legitimitetsteorin som bygger på att företagen måste skapa legitimitet i sitt handlande genom att inte överträda de normer som sätts av samhället. Enligt legitimitetsteorin leder symbiosen med samhället till ett socialt kontrakt och utan samhällets stöd får företaget svårt att fortsätta bedriva sin verksamhet. Erixon beskriver Ovako som en stor arbetsgivare i små bruksorter, vilket medför ett stort ansvar för Ovako. Bäckström och Qvarfort belyser också symbiosen som uppstår mellan företag och samhälle i bruksorter vilket kan kopplas till det sociala kontrakt som legitimitetsteorin beskriver. Erixons resonemang om ramvillkor stödjer även DiMaggio och Powells (1983) normativa isomorfism som utgår från att påtryckningar genom normer leder till att företagen antar en viss branschpraxis, som i detta fall är upprättandet av en hållbarhetsredovisning. Erixon anger att Ovako delvis upprättar en hållbarhetsredovisning av tvingande skäl vilket stödjer den tvingande isomorfismen inom den institutionella teorin. Den tvingande isomorfismen innebär enligt DiMaggio och Powell (1983) att företag anpassar sig efter påtryckningar från de intressentgrupper som företaget är beroende av och en hållbarhetsredovisning upprättas på grund av att de upplever påtryckningar att anpassa sitt arbetssätt för att tillmötesgå intressenternas krav.

När Erixon kommer in på Ovakos framtida hållbarhetsredovisning konstaterar han att den främst är ett svar på intressenternas förväntningar. Diskussionen följer fortfarande Carrolls (1991) pyramid uppåt till det tredje lagret, det etiska ansvaret. Det utgörs av intressenternas förväntningar på att företagen ansvarar även för aspekter som inte är reglerade i lag. Vi ser dock ingen tydlig åtskillnad mellan det etiska och filantropiska ansvaret i Erixon resonemang. Det filantropiska ansvaret är det fjärde och slutgiltiga lagret i Carrolls (1991) pyramid och utgörs av sådant som företaget gör på frivillig basis utöver intressenternas förväntningar. Carroll menar att filantropiska aktiviteter är det som gör att företaget anses vara en samhällsmedborgare. Vad gäller upprättandet av Ovakos hållbarhetsredovisning ser vi snarare en koppling till det etiska ansvaret än det filantropiska. Det är föga troligt att företag skulle bemöda sig med att kommunicera information om företagets hållbarhetsarbete i en redovisning om det inte fanns en efterfrågan från intressenternas sida. Erixon anser att intressenternas förväntningar har ökat och att hållbarhetsfrågornas framväxt har bidragit till att det är mer komplicerat att bedriva en tung produktion idag än för femtio år sedan. Ovakos avsikt att upprätta en hållbarhetsredovisning som svar på detta stödjer den institutionella



teorin som kopplar samman företagens arbetssätt med samhällets värderingar. Företag kan enligt institutionella teorin skapa legitimitet som ett svar på samhällets förändrade förväntningar på företaget. Raihle framhåller att Ovako strävar efter att vara en god samhällsmedborgare och flera respondenter nämner att företaget sponsrar lokala engagemang. Det visar på en strävan att nå det filantropiska ansvaret i toppen av Carrolls CSR-pyramid, men det är de tre nedre lagren som urskiljs mest i diskussionen om motiven till Ovakos hållbarhetsredovisning.

I befintliga teorier som behandlar motiven till att hållbarhetsredovisa anser vi att det finns en avsaknad av teorier som behandlar interna motiv. Samtliga teorier innefattar externa motiv till att företag upprättar en hållbarhetsredovisning. Vårt empiriska material visar på att det finns både interna och externa motiv till att upprätta en hållbarhetsredovisning. För Ovako är en hållbarhetsredovisning inte enbart ett svar på intressenternas krav och förväntningar, utan även ett uppföljningsverktyg. Erixon menar att behovet av intern uppföljning är en stark drivkraft för att upprätta en hållbarhetsredovisning. En hållbarhetsredovisning är för Erixon framför allt ett verktyg för att underlätta uppföljning mot internt ställda mål och följa upp interna processer i verksamheten. Erixon är tydlig med att en hållbarhetsredovisning är ett bevis på företagets interna arbete med hållbarhetsfrågor och att detta ligger till grund för den kommande hållbarhetsredovisningen. Detta resonemang talar starkt emot den frikopplande grenen av den institutionella teorin som enligt Deegan och Unerman (2006) innebär att hållbarhetsredovisningar är mest för syns skull och inte har någon direkt förankring i hur företaget i verkligheten arbetar med hållbar utveckling. Erixons argumentation talar istället för motsatsen och han menar att det är företagets verkliga arbete med hållbar utveckling som är grunden till hållbarhetsredovisningen.

## **5.2 Till vilka intressenter hållbarhetsredovisningen riktar sig**

Våra informanter på Ovako lyfter fram ett flertal olika intressentgrupper som hållbarhetsredovisningen riktar sig till. Nedan följer en analys av resonemanget med utgångspunkt i intressentteorin.

Samtliga informanter på Ovako framhåller både finansiella och icke-finansiella intressenter som målgrupper som hållbarhetsredovisningen riktar sig till. Fyra intressenter belyses av så gott som samtliga intervjupersoner: samhälle, anställda, kunder och investerare. Det tyder på att företaget inte avser att rikta hållbarhetsredovisningen enbart mot de intressenter som har

störst ekonomisk makt över företaget vilket är fallet enligt den positiva grenen av intressentteorin (Deegan & Unerman, 2006). Enligt den positiva grenen hanterar företaget intressenternas krav olika, och prioriterar de intressenter som har störst makt över företaget. Vårt empiriska material stödjer i större utsträckning den normativa grenen av intressentteorin som bygger på att alla intressenter, oavsett vilken makt de besitter över företaget, har rätt till lika behandling. De flesta informanter framhåller att medarbetarna och samhället är några av de viktigaste intressenterna. Det kan kopplas till Hasnas (1998) tolkning av den normativa grenen av intressentteorin som gör gällande att ett företag bör hantera intressentrelationerna oavsett om det leder till direkt påverkan på de ekonomiska resultaten. Enligt Hasnas (1998) har alla intressenter rätt att få information om hur ett företag påverkar dem. Ovakos upprättande av en hållbarhetsredovisning rent generellt stödjer den normativa grenen av intressentteorin eftersom det gör information om företagets hållbarhetsarbete tillgänglig för alla företagets intressenter.

Erixon nämner att medarbetare, samhälle och kunder är de viktigaste intressenterna med ett kortsiktigt perspektiv och att investerare inte är så viktiga i dagsläget på grund av att Ovako är privatägt. Det visar på att företaget prioriterar vissa intressenter och att vilken intressentgrupp som redovisningen riktar sig till är föränderligt över tid. Det stämmer väl överens med Deegan och Unermans (2006) resonemang om att intressentgrupperna varierar inom ett företag och över tid. Det är därför viktigt att varje företag inför upprättandet av en hållbarhetsredovisning identifierar olika delgrupper av intressenter som kan tänkas påverkas av företagets verksamhet. Qvarfort menar att investerare och analytiker är viktiga målgrupper på koncernnivå, medan intressenter med lokal anknytning som lokalsamhälle, kunder och anställda är de främsta på affärsenhetsnivå. Det stärker också Deegan och Unermans resonemang och visar på ett behov av identifiering av intressenterna för att kunna fatta beslut om vilken information som ska redovisas i hållbarhetsredovisningen.

Investmentbolag X:s och fondbolaget Y:s svar stärker KPMG:s studie på uppdrag av Naturvårdsverket (2000) om att finansiella intressenter inte lägger så stor vikt vid innehållet i företagets hållbarhetsredovisning. Gustafsson på Danske Bank och Larson på Swedbank Robur lägger dock stor vikt vid innehållet i företagets hållbarhetsredovisning, men Larson framhåller samtidigt att finansanalytiker utan speciella hållbarhetskriterier att förhålla sig till inte tar hänsyn till innehållet i hållbarhetsredovisningar. Finansiella intressenter lyfts fram av Ovako som viktiga intressenter att rikta hållbarhetsredovisningen mot, men de framhålles inte

som mer prioriterade än andra intressenter. Finansiella intressenter utan speciella hållbarhetskriterier att förhålla sig till tycks vara av åsikten att det är en fördel om företag upprättar en hållbarhetsredovisning, men de lägger inte någon större vikt vid innehållet i den. Företag bör därför inte utforma hållbarhetsredovisningen med de finansiella intressenterna i åtanke, utan snarare med fokus på de icke-finansiella intressenternas förväntningar.

### **5.3 Vilken information som är väsentlig att kommunicera**

Nedan följer en analys av vilken information som är väsentlig att kommunicera utifrån fallföretagets respektive intressenternas åsikter med GRI:s (2006) ramverk som referensram.

#### **5.3.1 Miljömässiga aspekter**

Vad gäller miljömässiga aspekter ser vi en relativt god överensstämmelse mellan vad fallföretaget respektive intressenterna anser är väsentlig information att redovisa i en hållbarhetsredovisning. Både informanter på Ovako och intressenterna framhåller material och energi som de mest väsentliga områdena att lyfta fram. Enligt Gustafsson på Danske Bank utgör material och energi stora kostnadskomponenter i stålbranschen och är därför viktiga aspekter att belysa i hållbarhetsredovisningen. Här ser vi kopplingar till det ekonomiska ansvaret som utgör grunden i Carrolls (1991) CSR-pyramid. Diskussionen ovan (se 5.1) visar på en överensstämmelse mellan företagets resonemang om motiven till att hållbarhetsredovisa och Carrolls pyramid. Även när det gäller vad som ska redovisas ser vi kopplingar till Carrolls pyramid, vilket verkar rimligt då motiven bör ligga till grund vad som ska ingå i hållbarhetsredovisningen. Nyholm menar att miljöskydd och utsläppsrätter bör redogöras för med anledning av att arbetet med dessa aspekter till viss del är lagstiftat. Det visar på att en del information behandlas till följd av ett legalt ansvar vilket utgör det andra lagret i Carrolls (1991) CSR-pyramid. Hur företag i stålbranschen hanterar sin vattenanvändning är något som både Ovako och de icke-finansiella intressenterna anser är viktigt att lyfta fram. Gustafsson argumenterar dock för att vatten, på grund av att det är en gratis resurs, inte är en av de viktigare aspekterna. Larson på Swedbank Robur anser inte heller att vattenhanteringen är ett så viktigt ämnesområde att belysa för ett företag med verksamhet i Sverige. Här ser vi skillnader i efterfrågan mellan olika intressentgrupper vilket kan kopplas till GRI:s (2006) resonemang om att balansera förväntningar från de intressenter som förväntas använda hållbarhetsredovisningen med de från en bredare grupp. Det är därför viktigt att ha klart för sig vilka intressenter företaget vill rikta sig till och vilken information

dessas intressenter efterfrågar vilket utgör en problematik enligt KPMG:s studie på uppdrag av Naturvårdsverket (2000).

Enligt GRI (2006) ska både misslyckanden och framsteg lyftas fram i hållbarhetsredovisningen. Vad gäller transport ser vi en tendens till att företaget inte prioriterar området på grund av brist på goda resultat. Samtliga respondenter på Ovako nämner att trenden inom transport tyvärr går mot en ökad andel leveranser via lastbil. Lund menar att transport är ett område där Ovako har dåliga förutsättningar och det bör därför tonas ned i hållbarhetsredovisningen. Flertalet intressenter framhåller dock att transport är ett viktigt område att belysa i hållbarhetsredovisningen och Sandin på Hofors kommun nämner att han ofta saknar information om det. Här uppfattar vi meningsskiljaktigheter mellan företag och intressenterna vilket kan kopplas till det förväntningsgap som KPMG:s studie på uppdrag av Naturvårdsverket (2000) påvisar. Enligt intressenterna är transport viktigt att redogöra för, oavsett om företaget anser sig vara framgångsrika eller inte vad gäller området. Detsamma gäller initiativ för att genom sina produkter minska kundernas miljöpåverkan. Både Viiperi på IF Metall och Larson på Swedbank Robur anser att det är relevant att belysa i hållbarhetsredovisningen. Larson menar att det visat på en proaktivitet hos företaget vilket en investerare gärna vill se. Bäckström på Ovako tror att sådan information kan uppfattas som marknadsföring snarare än objektiv information och är tveksam till om informationen hör hemma i en hållbarhetsredovisning. Det ligger inte i fas med intressenternas åsikter då hälften av dem gärna vill se sådan information i hållbarhetsredovisningen. Detta visar på att bristen på intressentdialoger kan resultera i att information som intressenterna efterfrågar utelämnas till följd av ovetskap om att en efterfrågan faktiskt existerar. För att minska förväntningsgapet är det viktigt att företaget tar hänsyn till intressenternas förväntningar vid utformningen av hållbarhetsredovisningen.

### **5.3.2 Sociala aspekter**

När det gäller vilka sociala aspekter som är väsentliga att lyfta fram i en hållbarhetsredovisning upplever vi mer distinkta skillnader mellan upprättare och intressenter än vad gäller miljömässiga aspekter. Företagets medarbetansvar är ett område där det finns meningsskiljaktigheter dels mellan fallföretaget och intressenterna, dels på koncern- respektive affärsenhetsnivå. Bäckström anser att information om företagets medarbetansvar främst är av intresse för de anställda och är därför tveksam till om informationen platsar i en hållbarhetsredovisning. Bäckströms resonemang kan kopplas till problematiken som GRI:s

(2006) vägledning för hållbarhetsredovisningens innehåll belyser, om balansen mellan specifika förväntningar från de intressenter som förväntas använda hållbarhetsredovisningen, och förväntningar från en bredare grupp intressenter. Qvarfort anser i sin tur att medarbetaransvaret är av stor betydelse på affärsenhetsnivå och bör vara det även på koncernnivå. Dessa interna meningsskiljaktigheter visar på ett behov av, inte bara extern, utan även intern kommunikation för att kunna kommunicera ett samstämmigt budskap. Enligt GRI:s (2006) vägledning för hållbarhetsredovisningens innehåll ska informationen baseras på intressenternas förväntningar och intressen. Samtliga intressenter anser att medarbetaransvaret är relevant att lyfta fram i en hållbarhetsredovisning. Detta i kombination med att merparten av informanterna på Ovako framhåller medarbetare som en högt prioriterad intressentgrupp att rikta hållbarhetsredovisning till gör medarbetaransvaret till ett relevant område att redogöra för. För att koppla tillbaka till Bäckströms resonemang om objektiviteten i informationen är det viktigt att redogöra både för framgångar och misslyckanden som GRI:s (2006) riktlinjer understryker.

Ett område där det råder skilda meningar om vad som är relevant att redovisa är det som Carroll (1991) betecknar som det filantropiska ansvaret. Larson på Swedbank Robur menar att företagets filantropiska ansvar inte är av intresse för en investerare och Gustafsson på Danske Bank är av en liknande åsikt. Han anser att välgörenhetsaktiviteter som sponsring av lokala evenemang inte är av intresse ur ett analytikerperspektiv. Vi ser en tydligare koppling mellan de finansiella intressenternas efterfrågan på information och hållbarhetsaspekter som leder till ökad lönsamhet där det är främst miljömässiga aspekter som lyfts fram. De icke-finansiella intressenterna efterfrågar inte miljömässig information i mindre utsträckning, men de efterfrågar även information om sociala aspekter. Respondenterna på Ovako lyfter fram bruksmentaliteten och symbiosen med samhället som mycket viktig att belysa i hållbarhetsredovisningen och får medhåll från Viiperi på IF Metall. Det stödjer GRI:s (2006) vägledning som säger att beslut om innehåll inte enbart ska fattas med hänsyn till intressenternas förväntningar och intressen, utan även utifrån företagets syfte och erfarenhet. Väsentlighet är en av GRI:s principer och vi tror att det är viktigt att företaget inte utelämnar information om vissa aspekter med anledning av att den inte efterfrågas av intressenterna. Det skulle kunna leda till en frikoppling som Deegan och Unerman (2006) redogör för inom den institutionella teorin. För att behålla väsentligheten i informationen bör intressentperspektivet vara i centrum vid utformningen, men utgångspunkten måste fortfarande vara företagets praktiska arbete med hållbar utveckling.

Båda representanterna för icke-finansiella intressenter nämner att de gärna ser att företaget lyfter frågor som korruption, konkurrenshämmande aktiviteter och lobbying. Sandin på Hofors kommun efterfrågar information om dessa aspekter eftersom det kan påverka bedömningen av innehållet i redovisningen. Det kan kopplas till GRI:s (2006) vägledning och principen fullständighet som säger att innehållet ska vara omfattande nog för att bedöma företagets arbete med hållbar utveckling. Representanterna på Ovako anser att frågorna är viktiga generellt sett, men är tveksamma till om det är väsentligt att behandla i hållbarhetsredovisningen. Då informationen kan påverka bedömningen som Sandin framhåller ser vi att det är relevant information att innefatta i hållbarhetsredovisningen. Intressenterna ska enligt GRI ges möjlighet att utvärdera innehållet i redovisningen och då erfordras en fullständighet.

Erixon framhåller att Ovako tar mycket för givet vid beslut om vad som ska redovisas i hållbarhetsredovisningen. Affärsetik och mänskliga rättigheter är ett sådant område där merparten av respondenterna på Ovako inte ser något behov av att belysa med anledning att det ses som en självklarhet att tveksamheter inte förekommer. Principen om kommunikation med intressenter i GRI:s vägledning för hållbarhetsredovisningens innehåll säger dock att hållbarhetsredovisningen ska spegla intressenternas intressen och förväntningar och Larson på Swedbank Robur anser att affärsetik är ett högst relevant område att belysa. Enligt henne är leverantörskedjan och processer för granskning av leverantörer och underleverantörer en av de viktigaste aspekterna att lyfta fram i hållbarhetsredovisningen. Det tyder på att antaganden om vilken information som efterfrågas bidrar till förväntningsgapet. För att inte gå miste om intressenternas åsikter är dialoger med intressenterna av stor betydelse. Mänskliga rättigheter är dock ett område där GRI tar upp ett flertal områden som inte belyses av vare sig fallföretaget eller intressenterna. Det har med stor sannolikhet sin grund i var studien genomförs och att vi har utgått från ett svenskt företag och svenska intressenter och stödjer Barkland och Ljungbergs (2010) resonemang om att GRI inte är en bibel som ska följas till punkt och pricka. GRI är ett bra verktyg som kan ligga till grund för vad som ska redovisas i en hållbarhetsredovisning, men för att undvika förväntningsgapet behöver företaget även komplettera informationen genom dialoger med både interna och externa intressenter.

För att återkoppla till Carrolls (1991) CSR-pyramid ser vi en tydligare koppling till det etiska och filantropiska ansvaret när det gäller sociala aspekter. När det gäller miljömässiga aspekter

framhålls en tydligare koppling till ekonomiska incitament eller lagstiftning medan arbetet som behandlar sociala aspekter snarare tycks baseras på en strävan att vara en god samhällsmedborgare vilket Raihle poängterar. Det empiriska materialet visar att det finns en tydligare överensstämmelse mellan företag och intressenter när det gäller miljömässiga aspekter än sociala. Tveksamheten om informationen efterfrågas verkar röra de områden som kan refereras till det Carrolls etiska och filantropiska ansvar. Vi tror att miljömässiga aspekter på grund av dess förankring i lagstiftning och ekonomiska incitament, kan tolkas som en mer naturlig del av verksamheten än de sociala aspekterna. Sociala aspekter verkar uppfattas som lite mer diffusa och subjektiva och därav uppstår en viss tveksamhet till om de platsar i en hållbarhetsredovisning.

#### **5.4 Hur kommunikationen med intressenterna sker**

Enligt Erixon är hållbarhetsredovisning ett sätt för Ovako att lägga korten på bordet och visa hur företaget arbetar med hållbarhetsfrågor. Ovako tar i dagsläget intressenternas efterfrågan för given till stor del när de beslutar om vilken information som är relevant att kommunicera. Information om vad som efterfrågas inhämtas främst från myndigheter. Det tyder på att Ovakos strategi i dagsläget är i linje med stakeholder information strategy. Strategin innebär enligt Morsing och Schultz (2006) att en hållbarhetsredovisning främst är ett sätt för företaget att förmedla sitt arbete med hållbar utveckling och inte ett verktyg för att lyssna på vad intressenterna har för åsikter om företagens arbete. När företag använder sig av stakeholder information strategy sker ingen dialog med företagens intressenter, utan hållbarhetsredovisningen avser att informera allmänheten om företagens arbete med hållbar utveckling på ett objektiva sätt. Det kan kopplas till Erixons resonemang om att kärnan i hållbarhetsredovisning är att visa intressenterna hur företaget arbetar med hållbar utveckling. För att informationen ska uppfattas som objektiv bör dock både framgångar och misslyckanden inkluderas i redovisningen enligt GRI:s riktlinjer. Det kan kopplas till tidigare resonemang om transporter, där objektiviteten kan ifrågasättas då flertalet av respondenterna ansåg att ämnesområdet borde tonas ned till följd av dåliga förutsättningar. Om företaget hade genomfört kontinuerliga dialoger med intressenterna hade det sett att det fanns en efterfrågan på information om transporter. Det ligger även i fas med GRI:s principer om väsentlighet och kommunikation med intressenterna.

Intressenternas krav och förväntningar framhålls som en av de starkaste drivkrafterna till att Ovako upprättar en hållbarhetsredovisning, vilket tyder på att företaget svarar på

intressenternas krav och är villiga att förändra sitt beteende. Det stödjer Morsing och Schultz tredje strategi, stakeholder involvement strategy, där företagen är redo att utveckla sitt arbete med hållbar utveckling som svar på intressenternas önskemål. Precis som stakeholder involvement strategi säger krävs dock en intressentdialog för att säkerställa vilken information som intressenterna efterfrågar. Erixon nämner att det kan bli aktuellt längre fram, men vi hävdar i enlighet med stakeholder involvement strategy, att intressentdialoger är en nödvändighet redan i ett tidigt stadie av utformandet. Detta för att kunna integrera både interna och externa intressenters förväntningar på företaget och dess arbete med hållbar utveckling. Ett sådant arbetssätt skulle underlätta beslutsprocessen om vilken information som ska kommuniceras i hållbarhetsredovisningen.



## 6. Slutsatser

---

*Syftet var att studera hur en hållbarhetsredovisning kan utformas i stålbranschen utifrån vilken information företag respektive intressenter anser är väsentlig i en hållbarhetsredovisning. Genom intervjuer med informanter på fallföretaget och viktiga intressenter i stålbranschen och med utgångspunkt i teorier om ämnet har vi dragit de slutsatser som presenteras nedan.*

---

### 6.1 Slutsats

Studien visar att den viktigaste drivkraften till att fallföretaget upprättar en hållbarhetsredovisning är förväntningar och krav från företagets intressenter. Intressenternas förväntningar bör därmed ligga till grund för utformningen av företagets hållbarhetsredovisning. Det är viktigt att företaget klargör motiven till att hållbarhetsredovisa eftersom det påverkar vilka intressenter som redovisningen riktar sig till och vilken information som är väsentlig att belysa. Fallföretaget ser inte hållbarhetsredovisningen enbart som ett svar på intressenternas förväntningar utan även som ett verktyg för intern uppföljning. Om den enda drivkraften hade varit intern uppföljning hade emellertid behovet av att hållbarhetsredovisa med stor sannolikhet inte uppstått.

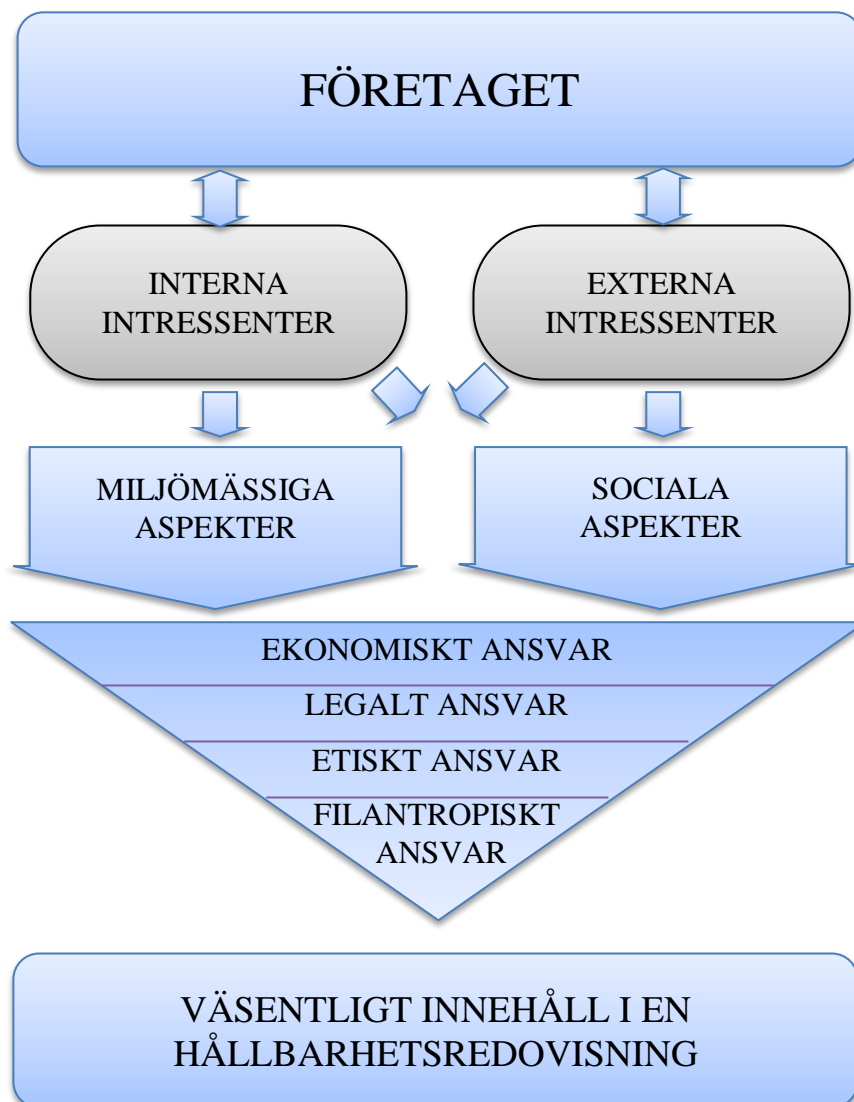
Då intressenternas förväntningar ligger till grund för hållbarhetsredovisningen är det viktigt att identifiera vilka intressenter som förväntas läsa hållbarhetsredovisningen. För att företaget ska kunna lyfta fram efterfrågad information krävs en balans mellan förväntningar från de intressenter som förväntas läsa hållbarhetsredovisningen och från en bredare grupp intressenter. Det empiriska materialet visar att det finns flera olika intressentgrupper som en hållbarhetsredovisning i stålbranschen riktar sig till. Ovako framhåller att den riktar sig till både finansiella och icke-finansiella intressenter, och nämner kunder, medarbetare, samhälle och investerare som de viktigaste intressenterna. Studien visar även att vilka intressenter som Ovako riktar sig till varierar, både över tid och på olika nivåer inom företaget. Av intervjuerna framgår att finansiella intressenter är viktiga på koncernnivå medan icke-finansiella intressenter är av större betydelse på affärsenhetsnivå. För att kommunicera ett samstämmigt budskap till intressenterna är det därför viktigt med en intern kommunikation och samordning inom företaget. Vilka intressenter som företaget riktar sig till skiljer även över tid och finansiella intressenter kan enligt företaget få en högre prioritering om en börsnotering blir aktuell i framtiden. Studien visar dock att finansiella intressenter utan speciella

hållbarhetskriterier inte lägger någon större vikt vid innehållet i hållbarhetsredovisningar. Finansiella intressenter med sådana kriterier och icke-finansiella intressenter efterfrågar däremot information om hållbar utveckling. Hållbarhetsredovisningen bör därför utformas med hänsyn till deras förväntningar i första hand oavsett om företaget är börsnoterat eller inte.

De identifierade intressenternas efterfrågan bör sedan ligga till grund för beslutet om vilken information som hållbarhetsredovisningen ska innehålla. Av intervjuerna framgick att finansiella intressenter med speciella hållbarhetskriterier att förhålla sig till framför allt efterfrågar information om miljömässiga aspekter som kan ge upphov till ekonomiska fördelar. Icke-finansiella intressenter efterfrågar också sådan information men även information om sociala aspekter som medarbetaransvar och affärsetik. När det gäller medarbetaransvar finns en efterfrågan på information om de anställdas trygghet i form av anställningsvillkor, utbildning och utvecklingsmöjligheter eftersom det är goda parametrar för var företaget är på väg. Inom affärsetik är det information om leverantörskedjan som efterfrågas och hur företaget säkerställer att etiska oegentligheter inte förekommer. Även information om lobbying och konkurrenshämmande aktiviteter efterfrågas av intressenterna eftersom det kan påverka inställningen till innehållet och kvaliteten i rapporten. När det gäller miljömässiga aspekter ser vi en relativt god överensstämmelse mellan vad företagen och intressenterna anser är väsentligt att innefatta. Detta kan bero på att information om miljö anses som mer objektiv och en naturlig del av verksamheten i jämförelse med sociala aspekter. Det finns även en efterfrågan på information om sociala aspekter, framför allt hos de icke-finansiella intressenterna. Fallföretaget visar i sin tur en viss skepsis till huruvida sociala aspekter som medarbetaransvar är relevant att inkludera i hållbarhetsredovisningen på grund av informationens subjektiva karaktär och smala målgrupp. Anställda och samhälle lyfts dock fram som högt prioriterade intressentgrupper att rikta hållbarhetsredovisningen till och det är därför viktigt att ta hänsyn till deras förväntningar och även inkludera sociala aspekter i redovisningen.

Studien sammanfaller delvis med tidigare forskning som visar på ett förväntningsgap mellan upprättare och användare av hållbarhetsredovisningar. Förväntningsgapet utgörs framför allt av en efterfrågan hos de icke-finansiella intressenterna på information om sociala aspekter som medarbetaransvar och affärsetik och en tveksamhet från företagets sida huruvida sådan information platsar i en hållbarhetsredovisning. Fallföretaget tar i stor utsträckning intressenternas efterfrågan för given inför utformningen av hållbarhetsredovisningen. Studien

visar emellertid att bristen på intressentdialoger leder till att företaget utelämnar information som efterfrågas av de intressenter som redovisningen riktar sig till. Intressenternas åsikter om vad som ska ingå skiljer sig i ett flertal aspekter, både mellan olika intressentgrupper och från vad företaget anser. Även om hållbarhetsredovisningen är ett bra verktyg för intern uppföljning, är den i första hand till för företagets intressenter. Hållbarhetsredovisningen ska därför utgå från intressenternas förväntningar och intressen, eftersom dessa framhålls som den viktigaste drivkraften till att hållbarhetsredovisa. För att förmedla den information som användaren av hållbarhetsredovisningen efterfrågar, är det viktigt att företag i upprättandefasen genomför en väsentlighetsanalys för att bestämma redovisningens innehåll. Vår slutsats sammanfattas därför med en egenkonstruerad modell för väsentlighetsanalys.



Figur 3. Egenkonstruerad modell för väsentlighetsanalys

Efter att företaget klargjort vilka motiven är till att upprätta en hållbarhetsredovisning bör företaget identifiera vilka intressenter de vill rikta hållbarhetsredovisningen mot. Identifiering bör ske i samband med en dialog med intressenterna för att urskilja om och i så fall vilken information som efterfrågas. Företaget bör sedan utgå från sitt interna arbete med hållbar utveckling och med hänsyn till intressenternas förväntningar och intressen redogöra för väsentliga miljömässiga och sociala aspekter. För att identifiera interna processer inom hållbar utveckling kan företaget utgå från Carrolls pyramid och lyfta fram det hållbarhetsarbete som sker till följd av ekonomiskt, legalt, etiskt och filantropiskt ansvar. Modellen utmynnar i utformningen av en hållbarhetsredovisning i stålbranschen som tar hänsyn till både företagets egna förutsättningar och intressenternas förväntningar.

## **6.2 Förslag till fortsatt forskning**

Avsikten med studien var att bidra till en djupare förståelse för hållbarhetsredovisning i stålbranschen och därför var ett kvalitativt angreppssätt att föredra. För att öka möjligheterna till generalisering vore en liknande studie med ett kvantitativt angreppssätt med flera intressenter och företag nödvändig. Det vore även intressant att genomföra en liknande studie som denna, men innefatta ett företag som redan hållbarhetsredovisar i enlighet med GRI för att se om riktlinjerna bidrar till att förväntningsgapet minskar. Vi har i denna studie fokuserat på vilken information som ska ingå i en hållbarhetsredovisning. Det skulle även vara intressant att närmare studera kvaliteten på företagens hållbarhetsredovisningar och se om GRI bidrar till en ökad kvalitet. Vid genomläsning av befintliga hållbarhetsredovisningar i stålbranschen har vi uppmärksammat att det skiljer sig mellan företagen huruvida de redovisar sitt CSR-engagemang i en separat hållbarhetsredovisning eller integrerat i årsredovisningen. Valet mellan integrerad eller separat redovisning tas även upp som en av de viktigaste hållbarhetsfrågorna under 2011 (CSR i praktiken, 2011) vilket visar på att det är en aktuell fråga. Det skulle därmed vara intressant med framtida forskning som behandlar integrerad respektive separat hållbarhetsredovisning och vilka fördelar och nackdelar alternativen leder till.

## Referenslista

---

Andriof, J. and Waddock, S. (2002), '*Unfolding stakeholder engagement*', In Andriof, J., Waddock, S., Husted, B. and Rahman, S.S. (Eds.), *Unfolding Stakeholder Thinking: Theory, Responsibility and Engagement*: 19–42. Greenleaf, Sheffield.

Barkland, M & Ljungberg, M. (2010) *Konsten att hållbarhetsredovisa*, SIS Förlag, Stockholm.

Bergström, S., Catasús, B. & Ljungdahl, F. (2002) *Miljöredovisning*. Liber Ekonomi

Björklund, M. & Paulsson, U. (2009) *Seminarieboken – att skriva, presentera och opponera*, Studentlitteratur AB, Lund.

Borglund, T., De Geer, H., Hallvarsson, M. (2009) *Värdeskapande CSR – Hur företag tar socialt ansvar*, Norstedts Akademiska Förlag, Falun.

Brundtland (1987), *Report of World Commission on Environment and Development*, [http://www.regjeringen.no/upload/SMK/Vedlegg/Taler%20og%20artikler%20av%20tidigere%20statsministre/Gro%20Harlem%20Brundtland/1987/Address at Eighth WCED Meeting.pdf](http://www.regjeringen.no/upload/SMK/Vedlegg/Taler%20og%20artikler%20av%20tidigere%20statsministre/Gro%20Harlem%20Brundtland/1987/Address%20at%20Eighth%20WCED%20Meeting.pdf), hämtad 2012-01-29.

Bryman, A & Bell, E. (2007) *Företagsekonomiska forskningsmetoder*, Liber AB, Malmö.

Buhr, H. and Grafström, M. (2004), '*CSR edited in the business press – package solutions with problems included*', paper presented at the EGOS Colloquium, Ljubljana, Slovenia, 1-3 July.

Carroll, A. B (1991) *The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders*, *Business Horizons*, July-August pp 39-48

Cerne, S. (2009) *CSR: En fluga eller konsten att tjäna mer pengar*, Kerasos, Stockholm.

Clarkson, M. (1995) A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance, *Academy of Management Review*, 20 (1), pp. 92-118 i Deegan, C & Unerman, J. (2006) *Financial Accounting Theory*, McGraw-Hill Education, Hampshire.

CSR i praktiken (2011), Hållbarhetsrapporteringens sju viktigaste frågor just nu  
<http://csripraktiken.se/2011/04/18/har-ar-svaren-pa-de-viktigaste-csr-fragorna-just-nu/>,  
hämtad 2012-05-21

Danske Bank (2012), *Ansvarsfulla investeringar*  
<http://www.danskebank.se/sv-se/Om-banken/CR/Kunder/Pages/sa-investerar-vi.aspx>, hämtad  
2012-04-23.

Deegan, C & Unerman, J. (2006) *Financial Accounting Theory*, McGraw-Hill Education, Hampshire.

Deegan, C & Unerman, J. (2011) *Financial Accounting Theory*, McGraw-Hill Education, Hampshire.

DiMaggio, P.J & Powell, W.W (1983) *The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields*. *American Sociological Review*, 48, pp 146-160.

Donaldson, T., Preston, L. (1995) *The stakeholder theory of the corporation – concepts, evidence and implications*, *Academy of Management Review*, 20 (1), pp 65-92

Dowling, J. & Pfeffer, J. (1975) *Organizational legitimacy: Social values and organizational behavior*, *Pacific Sociological Review*, 18 (1), pp. 122-36 i Deegan, C & Unerman, J. (2006) *Financial Accounting Theory*, McGraw-Hill Education, Hampshire.

European Commission (2011), *Communication from the commission Concerning Corporate Social Responsibility: A business contribution to Sustainable Development*,  
<http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2002:0347:FIN:EN:PDF>,  
hämtad 2012-03-15.

Freeman, R. & Reed, D. (1983) Stockholders and stakeholders: A new perspective on corporate governance, *California Management Review*, 25 (2), 88-106 i Deegan, C & Unerman, J. (2006) *Financial Accounting Theory*, McGraw-Hill Education, Hampshire.

Global Reporting Initiative (2012), *about GRI*

<https://www.globalreporting.org/information/about-gri/what-is-GRI/Pages/default.aspx>, hämtad 2012-02-17.

Global Reporting Initiative (2006), *Riktlinjer för hållbarhetsredovisning*

<https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Swedish-G3-Reporting-Guidelines.pdf>, hämtad 2012-01-25.

Gummesson, E (2010) Fallstudiebaserad forskning, i Gustavsson, B. (red) *Kunskapande metoder inom samhällsvetenskapen*, Studentlitteratur AB, Lund.

Grankvist, P. (2009) *CSR I praktiken – Hur företaget kan jobba med hållbarhet för att tjäna pengar*, Liber, Malmö.

Hasnas J. (1998) The normative theories of business ethics: A guide for the perplexed, *Business Ethics Quarterly*, 8 (1), p. 19-42.

Hassel, L & Semenova, N (2008) Financial Outcome of Environmental Risk and Opportunity for US Companies, *Sustainable Development*, 16, pp 195-212.

Hirschland, M. J. (2006) *Corporate Social Responsibility and the shaping of global public policy*. Palgrave Macmillan.

Hofors kommun (2012), *Hälsoskydd*

<http://www.hofors.se/boendemiljo/byggmiljokontoret/halsoskydd.4.635e9de811850ea8c7a80005262.html>, hämtad 2012-05-01

IF Metall (2012), *Fakta om förbundet*

[http://www.ifmetall.se/ifmetall/home/content.nsf/aget?openagent&key=fakta\\_om\\_forbundet\\_1294932084844](http://www.ifmetall.se/ifmetall/home/content.nsf/aget?openagent&key=fakta_om_forbundet_1294932084844), hämtad 2012-05-01

Jacobsen, D. I. (2002) *Vad, hur och varför? Om metodval i företagsekonomi och andra samhällsvetenskapliga ämnen*, Studentlitteratur AB, Lund.

KPMG (2008), *KPMG International Survey of Corporate Social Responsibility Reporting 2008*

[http://www.kpmg.com/EU/en/Documents/KPMG\\_International\\_survey\\_Corporate\\_responsibility\\_Survey\\_Reporting\\_2008.pdf](http://www.kpmg.com/EU/en/Documents/KPMG_International_survey_Corporate_responsibility_Survey_Reporting_2008.pdf), hämtad 2012-02-13

Larsson, L-O., Ljungdahl, F. (2008) *License to Operate*. Ekerlids Förlag

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

Moneva, J. Archel, P. & Correa, C. (2006) *GRI and the camouflaging of corporate unsustainability*. Accounting Forum, Vol. 30, pp. 121-137

Morsing, M. (2003), “Conspicuous responsibility: communicating responsibility – to whom?”, in Morsing, M. and Thyssen, C. (Eds), *Corporate Values and Responsibility: The Case of Denmark*, Samfundslitteratur, Frederiksberg, pp. 145-54

Morsing, M & Schultz, M. (2006) *Corporate Social responsibility communication: stakeholder information, response and involvement strategies*. Business Ethics: A European Review Vol. 15 (4) pp. 323-338

Naturvårdsverket (2000), *Vem behöver miljöredovisningarna*

<http://www.naturvardsverket.se/Documents/publikationer/91-620-5058-3.pdf>, hämtad 2012-03-02

Ovako (2012), *Sustainability*

<http://www.ovako.com/About-Ovako/Sustainability/>, hämtad 2012-05-01

Ovako (2011), *Hållbarhetsredovisning 2011*

[http://www.ovako.com/PageFiles/2792/Arsredovisning\\_2011.pdf](http://www.ovako.com/PageFiles/2792/Arsredovisning_2011.pdf), hämtad 2012-05-02



PwC (2008), *Sverigerapporten*

[http://www.pwc.se/sv\\_SE/se/publikationer/assets/sverigerapporten.pdf](http://www.pwc.se/sv_SE/se/publikationer/assets/sverigerapporten.pdf), hämtad 2012-02-13

Sahlin-Andersson, K. (2006) *Corporate social responsibility: a trend and a movement, but of what and for what?*, Corporate Governance, vol. 6, nr. 595-608

Sandvik (2010), *hållbarhetsredovisning 2010*

<http://www.sandvik.com/Global/About%20Sandvik/Om%20Sandvik/Rapporter/Hållbarhetsredovisning%202010.pdf>, hämtad 2012-01-29

SSAB (2010), *hållbarhetsredovisning 2010*

[http://www.ssab.com/Global/SSAB/Environment/sv/030\\_Hållbarhetsredovisning%202010.pdf?epslanguage=sv](http://www.ssab.com/Global/SSAB/Environment/sv/030_Hållbarhetsredovisning%202010.pdf?epslanguage=sv), hämtad 2012-01-30

Swedbank (2010), *årsredovisning 2010*

[http://www.swedbank.se/idc/groups/public/@i/@sbg/@gs/@ir/documents/publication/cid\\_208128.pdf](http://www.swedbank.se/idc/groups/public/@i/@sbg/@gs/@ir/documents/publication/cid_208128.pdf), hämtad 2012-04-23

### ***Muntliga källor***

Bäckström, Sven (2012-03-08), Human Resources och Administration, telefonintervju

Carlsson, Mats, Pålsson, Kjell och Schylander, Boel (2012-02-22), ansvariga inom miljö, Ovako, personlig gruppdiskussion.

Erixon, Tom (2012-04-12) VD och koncernchef, Ovako, personlig intervju

Gustafsson, Carl (2012-03-13) Analytiker, Danske Bank, telefonintervju

Henström, Anders (2012-03-13), Affärsområdeschef, Ovako Hellefors AB, telefonintervju

Larson, Helena (2012-02-29), Hållbarhetsanalytiker, Swedbank Robur AB, telefonintervju

Lund, Anders (2012-03-09) Ekonomi- och servicechef, Ovako Hofors AB, telefonintervju

Nyholm, Heikki (2012-03-07), Affärsområdeschef, Bar Imatra, telefonintervju

Qvarfort, Rickard (2012-03-15), Affärsområdeschef, Ovako Bar AB, personlig intervju

Raihle, Carl-Michael (2012-03-01), Affärsområdeschef, Ovako Tube & Ring, telefonintervju

Sandin, Jonas (2012-04-16), Miljöinspektör, Hofors kommun, telefonintervju

Viiperi, Timo (2012-04-10), Ordförande IF Metall, Ovako Hofors AB, telefonintervju

## Bilaga 1

### Diskussionsunderlag inför intervju om Ovakos hållbarhetsredovisning

Det här dokumentet innehåller ett diskussionsunderlag inför intervjun om Ovakos framtida hållbarhetsredovisning. Syftet med de olika diskussionsområden som finns presenterade i dokumentet är att de ska fungera som stöd och vägledning under intervjun. Tanken är att Ni ska lyfta fram de aspekter som Ni anser är relevanta och även sortera bort sådant som Ni anser är irrelevanta för Er verksamhet att rapportera. Detta för att framhäva den information som Ni anser är väsentlig att redovisa i Er hållbarhetsredovisning.

Vi vill att Ni har i åtanke att diskussionsområdena inte ska diskuteras alltför djupgående. Fokus bör ligga på vad som är att anse som relevant information för Er att kommunicera och till vem den informationen vänder sig.

Något som också är viktigt att ha i åtanke när Ni besvarar frågorna är att vi syftar till att fånga vad som är relevant att redovisa i en hållbarhetsredovisning för Ert företag. Vissa aspekter kan anses vara viktiga generellt sett, men detta behöver inte innebära att det är aspekter som är relevanta för Ert affärsområde att redovisa.

Inför och under intervjuens gång vill vi gärna att Ni har följande frågor i åtanke när Ni besvarar våra frågor och lyfter fram den information som är väsentlig att rapportera:

- Är informationen väsentlig att kommunicera för Ert affärsområde ur ett miljöperspektiv eller ett samhällsligt perspektiv?
- Varför är just denna information viktig att kommunicera?
- Till vilka intressenter riktar sig informationen?

Tack för Er medverkan!

Med vänliga hälsningar  
Mikaela Altkvist och Henrik Richardsson

# Miljö

## Material

- Utvärdering vid inköp av material
  - Etiska aspekter; stålets ursprung
  - Innehåll av miljöskadliga ämnen och i så fall hanteringen av detta
- Återvinning av material
- Hantering av spill
- Hantering av restprodukter

## Energi

- Vilka typer av energikällor som nyttjas
  - Dess påverkan på miljön
  - Hur stor del som kommer från förnybarenergi
- Om företaget har någon policy för effektivisering av energianvändningen
- Företagets arbete med att försöka minska sin energianvändning
- Mätning av energianvändningen i produktion
- Hantering av spillvärme

## Vatten

- Varifrån företaget hämtar vatten till produktionen
  - Påverkan på det naturliga kretsloppet
  - Återanvändning av vatten
  - Rening av vatten
- Om företaget har någon policy för effektiviseringsåtgärder

## Biologisk mångfald

- Påverkan på den biologiska mångfalden runt om stålverket och i så fall hanteringen av detta
- Investeringar i miljöskydd

## Utsläpp till luft och vatten samt avfall

- Hantering av utsläpp till luft och vatten
- Hantering av avfall
- Arbete med utsläppsrätter

## Produkter och tjänster

- Beskrivning av arbetsprocesser för att minska företagets miljöpåverkan med avseende på företagets produkter och tjänster
- Företagets arbete med att säkerställa påverkan på miljön för sina produkter i nästkommande led i produktkedjan

## Transporter

- Transporter till och från verksamheten

## Samhällspåverkan

### Samhälle

- Företagets bidrag till lokalsamhället
  - Praktikplatser
  - Sponsring
  - Sommararbeten
  - Examensarbeten
- Påverkan på regionen
- Påverkan på boende i närområdet

### Korruption

- Åtgärder för att förhindra korruption i verksamheten
- Utbildning av anställda för att förebygga korruption

### Politik

- Politiska ställningstaganden
- Lobbying

### Konkurrenshämmande aktiviteter

- Initiativ för att främja fri konkurrens
- Motverka kartellbildning inom branschen
- Efterföljande av konkurrenslagstiftning

## Säkerhet

### Kundernas hälsa och säkerhet

- Produktsäkerhet
- Produktkvalitet
- Utvärdering av produkter i förbättringssyfte

### Säkerhetsrutiner

- Säkerhetsrutiner
- Friskvård
- Förebyggande åtgärder mot olyckor i arbetet
- Utbildning om säkerhet till anställda

### Kvalitetssäkring av produkter och tjänster

- Kvalitetsmätningar
- Uppföljning av kundnöjdhet

# Mänskliga rättigheter

## Investerings- och upphandlingsrutiner

- Granskning av leverantörer och underleverantörer vad gäller mänskliga rättigheter
- Etiska aspekter vid investeringsbeslut

## Icke-diskriminering

- Åtgärder vid diskriminering
- Uppföljning av diskrimineringsfall
- Förebyggande åtgärder mot diskriminering

## Förbud mot barnarbete

- Uppföljning av leverantörer, underleverantörer och kunder med avseende på barnarbete

## Klagomålshantering

- Utvärdering av klagomål från olika intressenter
- Återkoppling till de som framfört klagomål
- Hantering av framförda klagomål

# Medarbetare

## Anställning

- Intern rekrytering
- Arbete för ökad trygghet för anställda genom fast anställning
- Initiativ för att öka trivsel på arbetsplatsen
- Förmåner till anställda

## Relationer mellan anställda och ledning

- Regelbunden uppföljning av prestation och utveckling
- Trygghet genom kollektivavtal

## Utbildning

- Intern rörlighet
- Möjligheter till utveckling inom företaget

## Mångfald och jämställdhet

- Policys för jämställdhet
- Initiativ för att öka andelen kvinnor i företaget

## Bilaga 2

### Diskussionsunderlag inför intervju om hållbarhetsredovisning i stålbranschen

---

#### Bakomliggande motiv till att hållbarhetsredovisa

Varför är det viktigt för Er att upprätta en hållbarhetsredovisning?

Vilka faktorer har varit pådrivande i utvecklingen av Ert arbete med hållbar utveckling?

- Ökad lönsamhet
- Skapa mervärde
- Förväntningar eller press från Era intressenter vad gäller hållbarhetsfrågor
  - Kunder
  - Anställda
  - Aktieägare
  - Samhället
- Utvecklingen av lagar och förordningar inom området hållbar utveckling
- Normer inom branschen
- Marknadsföring
- Generell strävan efter att vara en god samhällsmedborgare

Vad vill Ni uppnå genom upprättandet av en hållbarhetsredovisning?

#### Intressenter

Vilka intressenter vänder Ni Er till i första hand?

Varför är just dessa intressenter viktiga?

#### Kommunikation med intressenter

Hur inhämtar Ni information om vilka hållbarhetsfrågor som är viktiga för Era intressenter?

Vilka hållbarhetsfrågor upplever Ni att Era intressenter tycker är viktigt att Ert företag kommunicerar i Er hållbarhetsredovisning?

Hur kommer Ni att gå tillväga för att identifiera vilken information som är väsentlig att kommunicera?

Kommer Ni att genomföra någon form av extern och/eller intern väsentlighetsanalys och i så fall hur kommer Ni att gå tillväga?