



**EKONOMI  
HÖGSKOLAN**  
Lunds universitet

**Företagsekonomiska Institutionen  
Ekonomihögskolan vid Lunds Universitet**

**Kandidatuppsats  
Ht 2006**

# **SKILLNAD I RAPPORTERING AV SOCIALT ANSVAR**

## **En Fråga Om Dåligt Samvete?**

**Författare:**  
*Pierre Lindberg*  
*Victor Lindberg*

**Handledare:**  
*Tore Eriksson*

# Sammanfattning

<b>Uppsatsens titel:</b>	Skillnad i rapportering av socialt ansvar – en fråga om dåligt samvete?
<b>Seminariedatum:</b>	2007-01-17
<b>Ämne/kurs:</b>	Kandidatuppsats inom företagsekonomi
<b>Författare:</b>	Pierre Lindberg, Victor Lindberg
<b>Handledare:</b>	Tore Eriksson
<b>Nyckelord:</b>	Corporate Social Responsibility, etik, moral, socialt ansvar, årsredovisning, fonder
<b>Syfte:</b>	Syftet med denna kandidatuppsats är att undersöka huruvida det för företag verksamma i Sverige föreligger en skillnad i förmedlingen av socialt ansvar genom sina årsredovisningar.
<b>Metod:</b>	Arbetet är uppbyggt kring en kvalitativ metod. En undersökning genom en granskning av årsredovisningar.
<b>Teoretisk referensram:</b>	Vår referensram bygger på teorier kring CSR och på intressentteorin. Dessa används för att dels förklara företagens relation till samhället men också för att förklara innebörden av vad vår definition av vilka företag som i arbetet ska ses som etiska eller oetiska i sin verksamhet.
<b>Empiri:</b>	I vår empiriska sektion återfinns de företag som valts ut för den studie som ligger till grund för att besvara arbetets syfte samt problemformulering. Denna empiri har sitt ursprung i vår genomgång av utvalda företags årsredovisningar.
<b>Slutsatser:</b>	I vår uppsats visar vi på att det går att se en skillnad mellan hur etiska och oetiska företag förmedlar sitt sociala ansvarstagande. Vidare finner vi att förmedlingen följer en trend och att en tidsmässig skillnad går att påvisa.

## Abstract

- Title:** The Difference in Reporting Social Responsibility – A Question of a Bad Conscience?
- Seminar date:** 2007-01-17
- Course:** Bachelors thesis in Business Administration
- Authors:** Pierre Lindberg, Victor Lindberg
- Advisor:** Tore Eriksson
- Key words:** Corporate Social Responsibility, ethics, moral, social responsibility, annual report, funds
- Purpose:** The purpose of this thesis is to examine whether there is a difference between how companies who are active in the Swedish market account for their social responsibility through their annual reports.
- Methodology:** This thesis is supported by a qualitative method. A review through an examination by annual reports.
- Theoretical framework:** Our theoretical framework consists of theories regarding CSR and the stakeholders theory. We use these theories to explain company relations with society but also to explain the meaning of our definition regarding which companies in our thesis that should be viewed upon as unethical or ethical in their activities.
- Empirical foundation:** In our empirical section the companies which constitute the basis for our study to answer our purpose and our problem presentation will be presented. This framework originates from our presentation of the selected companies annual reports.
- Conclusion:** In our thesis we demonstrate a difference between ethical and unethical companies in their ability to communicate their social responsibility. Furthermore we find that this communication follows a trend that can be proven to variate with time.

<b>1 Inledning .....</b>	<b>5</b>
1.1 Bakgrund .....	5
1.2 Problemformulering .....	7
1.3 Syfte .....	8
1.4 Avgränsningar .....	9
1.5 Disposition .....	10
<b>2 Metod.....</b>	<b>11</b>
2.1 Ansats .....	11
2.2 Kvantitativ eller kvalitativ metod.....	11
2.3 Metod (del av praktiskt tillvägagångssätt) .....	12
2.3.1 Anställda.....	14
2.3.2 Miljö .....	14
2.3.3 Mänskliga rättigheter.....	14
2.3.4 Hälsa.....	14
2.3.5 Korrupktion .....	15
2.3.6 Bidrag .....	15
2.3.7 Hänvisning .....	15
2.3.8. Organisation/index .....	15
2.4 Validitet.....	16
2.4.1 Kategorisering av etiskt respektive oetiskt.....	16
2.4.2 Antal undersökningsobjekt.....	16
2.5 Alternativt metodförfarande .....	17
<b>3 Teori.....</b>	<b>18</b>
3.1 CSR (Corporate Social Responsibility).....	18
3.1.1 Låga löner eller arbetslöshet .....	19
3.2 Stakeholders theory .....	20
3.3 Årsredovisningen .....	22
3.4 Etiska index och organisationer .....	22
3.4.1 ISO .....	23
3.4.2 Global Compact.....	23
3.4.3 FTSE4Good.....	23
3.4.4 Global 100 .....	24
3.4.5 Dow Jones Sustainability Index .....	25
3.5 Oetiska fonder .....	25
<b>4 Empiri.....</b>	<b>27</b>
4.1 Presentation av bilagor .....	27
4.1.1 Beräkningar .....	27
4.2 Etiska företag.....	28
4.2.1 Ericsson .....	28
4.2.2 Telia Sonera.....	28
4.2.3 Getinge .....	29
4.2.4 Axis .....	29
4.2.5 Electrolux .....	29
4.2.6 Axfood.....	29
4.2.7 Astra Zeneca.....	30
4.2.8 Atlas Copco .....	30
4.2.9 Höganäs .....	30
4.2.10 Beijer .....	31
4.3 Oetiska företag .....	31
4.3.1 Cherry.....	31
4.3.2 Vin & Sprit .....	32

4.3.3 Lundin Petroleum .....	32
4.3.4 SAAB .....	32
4.3.5 Swedish Match .....	32
4.3.6 Assa Abloy .....	33
4.3.7 H&M .....	33
4.3.8 Sandvik.....	34
4.3.9 Volvo.....	34
4.3.10 SAS.....	34
<b>5 Analys .....</b>	<b>35</b>
5.1 CSR - Miljardindustrin.....	35
5.2 Intressenter .....	37
5.3 Etiska index och organisationer .....	38
5.4 Fonder.....	39
5.5 Förmedlingsprocessen.....	41
5.6 Tidsaspekten.....	42
<b>6 Slutsatser .....</b>	<b>44</b>
6.1 Återkoppling till syftet .....	44
6.2 Diskussion .....	44
6.3 Avslutande kommentarer .....	47
6.4 Förslag till fortsatt forskning.....	47
<b>7 Referenser .....</b>	<b>49</b>
7.1 Böcker .....	49
7.2 Artiklar .....	49
7.3 Övriga källor .....	49
<b>Bilaga.....</b>	<b>51</b>

# 1 Inledning

*I detta avsnitt introducerar vi läsaren till vad som menas med socialt ansvar hos företagen och vad som är dess ursprung. I denna bakgrund presenteras även ett mindre urval av tidigare forskning. Efterföljande avsnitt redogör för vår problemformulering samt syfte med uppsatsen. I avsnittet för avgränsningar visar vi på ett antal restriktioner med vilka vi har begränsat oss till i vår uppsats. Dessa har utarbetats i samråd med vår handledare, dels när det gäller val av lämplig tidsperiod men också vid utformningen av metod och tillvägagångssätt. Avslutningsvis redogör vi för hur vi valt att disponerar uppsatsen.*

## 1.1 Bakgrund

Världen som vi idag lever och verkar i styrs av den företeelse som vi kallar kapitalism. Med sitt ursprung i början av 1700-talet<sup>1</sup> har kapitalismen format det system som sätter sin prägel på dagens samhälle och genom detta skapat en grund för ett aktivt företagande.

I begynnelsen hade företagen enbart som uppgift att skapa ett ökande värde för sina ägare och fortsätta med att existera i framtiden. Med dessa få men viktiga kriterier utvecklades företagen sida vid sida med samhället. Denna utveckling har fört med sig en betydligt högre levnadsstandard i världen, främst i I-länderna, och samhället är idag på en högre nivå inom teknologi och vetenskap än tidigare. Med denna utveckling följer även en ökad medvetenhet hos människorna i samhället. I takt med att de materialistiska behoven hos människorna fylls börjar denna medvetenhet uttrycka sig som ett krav på ökat ansvar från företagets sida.<sup>2</sup> Detta kan ses som en början på det begrepp som vi idag kallar CSR (Corporate Social Responsibility). Till detta mer ansvarsfulla företagande ansluter sig allt fler företag för att på så sätt själva vara med och styra utvecklingen kring CSR.<sup>3</sup> På så sätt undviker företagen att staten och samhället genom lagstiftning reglerar hur detta begrepp skall byggas upp och efterlevas.

---

<sup>1</sup> <http://sv.wikipedia.org/wiki/kapitalism> (12 december 2006)

<sup>2</sup> Karlsson, Kristian, 2006, *Avlatsindustrin. Etik i fonder och företag*, s. 26

<sup>3</sup> Karlsson, 2006, s. 80

Människorna i samhället har en unik möjlighet att påverka företagen och deras verksamhet genom sin roll som konsumenter. Det innebär att utan konsumenternas välvilja kommer företagen inte ha något syfte med sin verksamhet då de inte kommer att ha någon möjlighet att sälja sina produkter och tjänster. Denna konsumentmakt har genom åren tagit sig olika uttryck. Ett tidigt exempel på detta är en bojkott av socker från karibiska slavplantager. Denna bojkott startades på 1790-talet av en brittiska vid namn Elizabeth Hayrik. Hon lyckades samla hemmafruarna i Leicester kring kravet på att socker skulle vara producerat utan nyttjande av slavar. Trettio år efter det att bojkotten initierades så upphörde importen av socker från plantager som använde slavar och denna bojkott bidrog med all säkerhet till den förändring som ägde rum.<sup>4</sup> Den här typen av bojkotter och krav ställda från konsumenternas sida ökar i och med det informationsflöde som når ut till samhället om företagens verksamheter. Detta har vi bland annat radio, TV och Internet att tacka för men också andra tidigare uppfinningar som t.ex. tryckerikonsten. Med dagens teknik når information hela världen på bara några få sekunder och i och med detta snabba informationsutbyte ges det ingen tid till att skapa några vinster från oetiska affärer då dessa måste ses som mycket kortsiktiga. Idag spelar företagens rykte och varumärke en mycket stor roll och ett sådant kan ta flera decennier att bygga upp men bara en eftermiddag att rasera.

Det är inte enbart genom köp som konsumenterna kan påverka företagens handlande utan också genom det sparande som en stor del av befolkningen utövar genom olika investeringar. Företagen är beroende av kapital för att på så sätt kunna bygga upp och driva sin verksamhet och just därför är det viktigt för företagen att attrahera många nya investerare. På marknaden har därför alternativa investeringsmöjligheter växt fram så som etiskt sparande i till exempel fonder. På detta sätt påverkas företagen från två håll när det gäller CSR, dels genom konsumenternas roll som köpare men samtidigt också genom deras roll som investerare. Man kan helt enkelt säga att kapitalismen utövar en reglering av sig själv genom detta etiska sparande.

När det gäller tidigare forskning på området CSR har forskningen ökat väsentligt på senare tid. Forskningen har hållit en relativt jämn nivå fram tills för fem år sedan. Detta har visat sig i att företagen demonstrerar en ökad medvetenhet och acceptans till att ta ett större socialt ansvar. En indikator på att intresset för CSR har växt inom forskarsamhället är att antalet artiklar på ämnet ökar drastiskt. Vid en sökning i ELIN (Electronic Library Information

---

<sup>4</sup> Karlsson, 2006, s. 49

Navigator) som är en tjänst på biblioteket på Lunds universitet finner vi en markant ökning av publicerade artiklar kring ämnet CSR. Begreppet "Corporate Social Responsibility" låg till grund för databassökningen och den undersökta perioden omfattar åren 1985 till 2005. I diagrammet nedan illustreras sökresultatet.

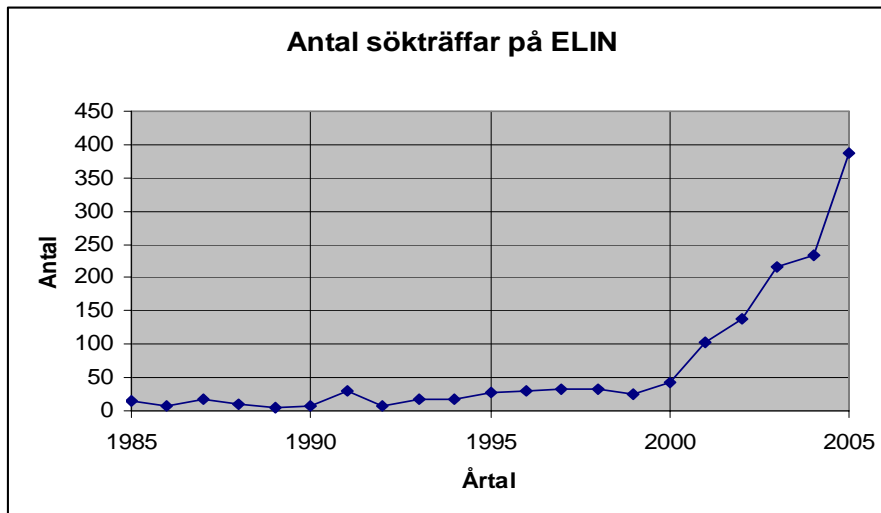


Diagram 1. Antal sökträffar på ELIN fördelat över tiden

## 1.2 Problemformulering

I första skedet av 1970-talet började ett intresse för socialt ansvar från företagens sida att växa fram. Detta intresse kan härledas till ett ökande tryck från externa krafter på företagen att dela detta ansvar men också att förmedla till sin omgivning vad de faktiskt åstadkommer inom detta område. Det sociala ansvaret hos företag och industrier är idag mer accepterat och etablerat av de flesta aktörer på marknaden, dock främst i den industrialiserade västvärlden. Det råder fortfarande skilda uppfattningar kring vad fenomenet socialt ansvar innebär.<sup>5</sup> CSR är, utan att specifikt gå närmare in på begreppet, konceptet hur ledningen skall hantera publik policy samt sociala frågor. Vi vill här närmare ta fasta på hur de etiska och oetiska företagen i Sverige behandlar CSR samt vilka konsekvenser detta för med sig.

En av drivkrafterna och acceptansen bakom företagens intresse för CSR kan vara en uppfattning från företagets sida om att det på lång sikt lönar sig i den aspekten att det skulle öka företagets konkurrensfördel. Detta påstående styrks av en undersökning med

<sup>5</sup> Lewis, Alan & Wärmeryd, Karl-Erik, 1994, *Ethics and Economic Affairs*, s. 7



nyckelpersoner inom företagsvärlden vilken visar på att nästan två av tre av de tillfrågade upplever att hög moral och etik inom företaget faktiskt ger fördel på lång sikt.<sup>6</sup> Med detta som bakgrund förefaller det underligt att inte alla utan enbart vissa väljer att ta ett socialt ansvar då fördelarna av ett sådant beslut framstår som självklara. Företagets anseende växer enligt teorin på sikt och genom detta uppnås en långsiktig fördel i förhållande till konkurrensen. Det förefaller som att allt fler företag har tagit till sig denna teori och detta gör det intressant att undersöka huruvida CSR utformats från företagens sida i ett tidsperspektiv.

En faktor till graden av att integrera CSR inom sin verksamhet kan tänkas vara beroende av företagets branschtillhörighet, till exempel exkluderas som helhet tobaks-, vapen- samt alkoholindustrier från den generella norm som finns hos etiska fondförvaltare. Förmedlar dessa "utpekade" företag, samt andra oetiska, vilka verkar inom ovanstående branscher medvetet en mer omfattande bild av sin förträfflighet inom CSR gentemot de företag som anses vara etiska. Företagen visar i regel sitt sociala ansvarstagande genom att redovisa för detta i sina årsredovisningar, att vara med på plats och hjälpa till vid katastrofer av olika slag och att bidra med hjälpmedel, samt att donera pengar till hjälporganisationer. Här vill vi undersöka hur företagen visar sitt sociala ansvarstagande utåt till sina olika intressenter.

### **1.3 Syfte**

Denna uppsats syftar till att besvara huruvida en skillnad existerar mellan hur oetiska och etiska företag utåt förmedlar en bild av hur pass aktiva de är inom området CSR. Om det går att finna en skillnad mellan dessa två grupper genom deras redovisning blir det andra syftet att besvara om företagen anpassar sin omfattning av innehållet för att belysa positiva aspekter i sin verksamhet och dämpa de negativa. Det avslutande syftet med uppsatsen är att undersöka om företagens rapportering varierar med tiden och att försöka finna belägg för att denna variation följer någon form av tidstypisk trend.

---

<sup>6</sup> Lewis & Wärneryd, 1994, s. 140

## 1.4 Avgränsningar

Vi väljer att titta på främst börsnoterade företag då detta underlättar datainsamlingen, dock tar vi också med icke noterade företag som har en fullständig årsredovisning. Börsnoterade företag är skyldiga att föra en redovisning som skall vara tillgänglig för allmänheten. Årsredovisningens syfte är dels att redovisa den ekonomiska situation som företaget befinner sig i men den innehåller även en verksamhetsberättelse vilken beskriver företagets löpande verksamhet. I denna finner vi om möjligt en beskrivning av företagets sociala ansvar. Vidare avgränsar vi oss genom att i huvudsak titta på svenska företag då den nationella uppfattningen kring socialt ansvarstagande kan variera kraftigt mellan olika länder. Vi väljer sedan att utgå från två tidpunkter, år 2000 respektive år 2005. Dessa årtal har valts i samråd med handledaren samt på grund av att det föreligger problematik i att tillgå årsredovisningar längre tillbaka i tiden. Att sedan forskningen och intresset för CSR, enligt vad som indikeras i diagram 1, också under denna period ökat gör valet av perioden mer naturlig. Vidare anser vi att en femårsperiod är en lagom tidsrymd för att kunna finna en tydlig skillnad då dels samhället men också företagens krav på ansvarstagande hunnit förändras. Vidare har forskningen inom CSR befunnit sig i en expansionsfas under denna period.

Vid urval av undersökningsobjekt utgår vi ifrån två kriterier. Vid urval av oetiska företag utgår vi ifrån de vanligaste kriterier som ställs upp av fondbörvaltare vilka profilerat sig som etiska investeringsalternativ. Etiska företag väljer vi däremot ut med utgångspunkt i vilka tillgångar som ligger till grund för dessa fondbörvaltares fonder. Valet av dessa kriterier grundar sig på att det har visat sig problematiskt att hitta en "svart lista" där oetiska företag räknas upp. Detta beror delvis på att ett företag inte vill smutskasta andra företag utan snarare lyfta fram de etiska företagen.

## **1.5 Disposition**

Inledningsvis förklarar vi och motiverar i metodavsnittet det val av ansats som vi gjort samt definierar vilken metod som vi valt att utforma vårt arbetssätt efter. Vidare i metoden beskrivs praktiskt tillvägagångssättet för undersökningsmomenten samt insamling av data. Därefter presenteras teoriavsnittet där vi närmare förklarar vad de olika begrepp och teorier som relaterar till vad ett socialt ansvarstagande innebär. Utöver detta ger vi en kort förklaring till vilka de vanligaste indexen och organisationerna är samt vad de betyder. Fortsättningsvis i arbetet kommer vi att använda oss utav begrepp och definitioner som vi utförligt i detta avsnitt beskrivit. Således kommer vi inte att vidare gå in djupare på begreppens betydelse. Efter teoriavsnittet följer empirin i vilken vi beskriver det material som vi sammanställt med hjälp av bland annat vår sammanfattande tabell vilken förenklat vår granskning av årsredovisningarna genom att informationen kodats om till mätbara värden. När väl informationen från vår granskning av årsredovisningar samlats in övergår vi till att analysera densamma i avsnittet för analys. Detta gör vi i syftet att finna svar på vår problemformulering. Avslutningsvis redovisar vi resultatet av analysen samt för en diskussion kring framkommet resultat.

## 2 Metod

*I detta avsnitt redogör vi för samt motiverar vårt val av ansats, val av metod samt praktiskt tillvägagångssätt. Vidare förklaras den urvalsmetod med vilken vi valt ut de företag vilka vi kommer att granska i denna uppsats. Avslutningsvis presenteras även ett alternativt metodförfarande samt en förklaring till varför vi har valt att exkluderat detta tillvägagångssätt i uppsatsen.*

### 2.1 Ansats

Det finns ingen klar definition på vad begreppet CSR har för innebörd. Begreppet definieras olika beroende på vem som tillfrågas. Vidare kan begreppet och dess innebörd uppfattas som känsligt då ett företag förslagsvis inte skyltar med de delar av sin verksamhet som kan väcka anstöt och inte genomsyras av ett tankesätt med utgångspunkt i CSR. Med denna bakgrund använder vi oss av en induktiv ansats. Detta tillvägagångssätt utgår från att teorin är resultatet av en forskningsinsats, där den induktiva processen möjliggör en generalisering av slutsatserna med utgångspunkt i observationerna.<sup>7</sup>

### 2.2 Kvantitativ eller kvalitativ metod

I huvudsak utgörs en kvalitativ metod av en mer öppen ingång, jämförelsevis med en kvantitativ metod, vid val av frågeställningar och problemformuleringar. Den kvalitativa metoden inleds av en generell problemformulering. Detta överensstämmer med vårt arbetssätt då vi inledningsvis inte formulerat någon ren hypotes vilken vi i så fall skulle ha kunnat testa utan vi håller vår frågeställning relativt öppen och låter den påverkas av den data som samlats in. En övervägande del av de forskare vilka använder sig av en kvalitativ metod lägger tonvikten på att teorin skall behandlas som något som uppkommer vid insamlandet och analysen av data<sup>8</sup>.

---

<sup>7</sup> Bryman, Alan & Bell, Emma, 2005, *Företagsekonomiska forskningsmetoder*, s. 25

<sup>8</sup> Bryman & Bell, 2005, s. 302

## **2.3 Metod (del av praktiskt tillvägagångssätt)**

Vi har valt att utgå från i första hand årsredovisningar från de företag som vi undersöker. Dessa redovisningar finns tillgängliga på Internet och sträcker sig i alla fall minst fem år tillbaka i tiden vilket tillmötesgår ett av de uppställda kraven i vår avgränsning. Genom årsredovisningarna förmedlar företagen den information som skall nå ut till investerare men också till samhället i stort. I dessa redovisningar väljer företagen att dels ta upp den finansiella och ekonomiska aspekten på året som gått men samtidigt passar man på att visa hur verksamheten skötts och vilka större händelser som inträffat under året. Det är den senare delen som är intressant för vårt arbete då det är i den delen som man om möjligt kommer att finna en beskrivning av företagets arbete inom CSR.

Första steget blir att sammanställa en lista med de företag som skall ingå i vårt arbete. Denna lista kommer att innehålla tjugo företag fördelat jämt med lika stort antal etiska som oetiska. Detta antal för att vi på ett mer tillförlitligt sätt skall kunna dra slutsatser kring eventuella skillnader mellan grupperna. Till vår hjälp att indela företagen i dessa olika grupper har vi de underliggande värdena i de fonder hos förvaltare som profilerar sina fonder som etiska. Dessa utgör då en bra källa för att hitta de etiska företag som vi skall granska. När det sedan gäller att finna de oetiska företagen kommer vi att försöka att med hjälp av fondförvaltarnas kriterier för urval att finna företag som inte klarar gränsen för dessa kriterier. Värt att nämna är att dessa urvalskriterier är ganska generellt accepterade inom den bransch som sysslar med etiska fonder.

Efter det att vi sammanställt vilka de företag är som skall ingå i undersökningen delas de in i de grupper som vi tidigare definierat. Här har vi valt att försöka skapa en blandning mellan större och mindre företag så här råder ingen exkludering med utgångspunkt i företagets storlek. Ett problem som kan uppstå är om ena gruppen innehåller en annorlunda andel stora respektive små företag. Vi har strävat efter att skapa två grupper med liknande innehåll och sammansättning.

Första delen av undersökningen börjar med att lokalisera förekomsten av information kring CSR i företagets årsredovisningar där dom tar upp och behandlar frågorna i text. Till vår hjälp har vi utformat en tabell som vi på ett enkelt sätt fyller i och där vi redovisar förekomsten av de olika delarna av CSR samt andra aspekter kring begreppet. Om begreppet

ingår i redovisningen som undersöks så försöker vi dessutom uppskatta hur stor del av den totala texten som rör CSR som respektive begrepp utgör. Till varje företag används två tabeller, en för 2005 års redovisning samt en för redovisningen för år 2000. Tabellen återfinns i våra bilagor.

På detta sätt får vi en jämförbar bild av hur informationens innehåll och dess inbördes andelar ändrats mellan 2000 och 2005 års redovisning. Här kan vi sedan göra en jämförelse och se om det finns något samband mellan begreppen som används och tidpunkten för redovisningen. På detta sätt får vi om möjligt ett svar på om redovisningens utformning/innehåll är beroende av tiden för redovisningen.

I andra delen av vår undersökning ser vi om det går att finna någon skillnad mellan grupperna etiska och oetiska företag i det avseendet hur de förmedlade informationen kring CSR. Vi utgår från tabellerna som sammanställdes i den första undersökningen och jämför dem nu gruppvis mot varandra. Det som vi speciellt undersöker är om det finns något samband mellan mängden information i redovisningen i förhållande till huruvida företagen är oetiska eller etiska. Detta kräver, förutom den tidigare information som vi insamlade i första undersökningen, även att vi försöker uppskatta mängden skriven text. Detta innebär en utökning av tabellerna. Detta kommer ge oss en uppfattning om hur omfattande CSR är i redovisningen från företaget. Denna information erhåller vi genom att mäta textmängd av CSR relaterad information i förhållande till total textmassa i årsredovisningen. På detta sätt kodar vi om informationen som vi samlat in till ett mer hanterbart material. Det sätt med vilket vi genomför detta är att först finna de begrepp vi kan koppla till ämnet CSR för att sedan uppskatta hur stor andel dessa utgör av den totala texten i årsredovisningen. Därefter beräknar vi ett medelvärde för grupperna vilket fungerar som referenspunkt i en jämförelse dessa emellan. Det som således framkommer är ett medelvärde på totalt antal sidor i årsredovisningen för gruppens företag samt ett medelvärde på antal CSR relaterade sidor. Dessutom har vi valt att redovisa i procent förhållandet mellan dessa olika medelvärden. Begreppen redovisas också i en separat tabell där hänsyn enbart tas till förekomsten av desamma. Viktigt att ha i åtanke är att denna jämförelse av textmängd inte är en exakt sådan utan snarare en uppskattning. Vår förhoppning är att detta trots allt skall visa på en tydlig trend, detta med hjälp av det större antalet företag vi tagit med i arbetet.

### **2.3.1 Anställda**

Med detta av oss utvalda begrepp syftar vi till hur företagen tar hand om sina interna intressenter. Detta kan vara i fråga om till exempel arbetsmiljön på arbetsplatsen eller vilket utrymme de anställda lämnas till medpåverkan. Med medpåverkan menar vi exempelvis möjlighet till inflytande på arbetsplatsen och föreningsfrihet.

### **2.3.2 Miljö**

Med rubriken miljö syftas till den allmänna påverkan vilken företagets verksamhet utgör för miljön i samhället. Detta i fråga om till exempelvis produktionsprocessen, transporter av slutprodukten samt vilken energiförbrukning som krävs för att använda produkten. Även tjänstens eller produktens direkta sludpåverkan på miljön innefattas. Med rubriken miljö syftar vi inte till arbetsmiljö för företagets anställda.

### **2.3.3 Mänskliga rättigheter**

Detta bygger i huvudsak på av FN uppsatta kriterier i Global Compact för vad som menas med mänskliga rättigheter. Allmänt innefattar de att företag bör stödja samt respektera skyddet av internationellt erkända mänskliga rättigheter. Vidare innebär det att företagen skall försäkra sig om att de inte kontinuerligt bryter mot dessa.

### **2.3.4 Hälsa**

Hälsan innefattar hur produkten eller tjänsten vilken företaget tillhandahåller påverkar slutanvändare, en tredje part eller helt enkelt närmiljön till produkten. Exempel på produkter vilka kan tänkas direkt förknippas med en störning i hälsan för användaren eller tredje part är vapen, alkohol samt tobak.

### **2.3.5 Korruption**

Med detta menas till exempelvis att ett företag kan muta sig fram för att nå framgång på bekostnad av andra. Detta är en relativt vanlig metod sett särskilt i u-länder, men uppenbart den mest dolda. Inget företag nämner i sin redovisning att de har detta problem men att de skall åtgärda det, om inte en medial granskning har avslöjat dem. Vidare kan korruption innefatta en aktiv handling från ett företag i form av att ge gåvor eller annat värde till något företag, nyckelperson eller med anknytning till denna.

### **2.3.6 Bidrag**

Bidragen innefattar alla sorters gåvor och donationer till välgörenhet och människor i nöd. Det innefattar inte bara gåvor i monetära termer utan även att ett företag genom sin unika kompetens finns på plats vid till exempel katastrofsituationer och underlättar för de utsatta genom sina produkter eller tjänster.

### **2.3.7 Hänvisning**

Med en hänvisning syftar vi på att företagen i sin årsredovisning, vilken är vår primära datainsamlingskälla, helt enkelt pekar vidare till exempel sin hemsida där dokument kan finnas som beskriver hur företaget utövar sitt sociala ansvarstagande. Denna företeelse är inte ovanlig och visar sig ofta som externa uppförandekoder eller policys.

### **2.3.8. Organisation/index**

Om ett företag kan skylta med att de uppfyller kraven för diverse etiska organisationer inom olika aspekter har de uppfyllt mycket. Kanske inte för den oetiska eller oinsatte placeraren, men en medveten investerare är lyhörd för vad olika organisationer står för samt vilka som existerar på marknaden. De organisationer samt index vi tidigare beskrivit under avsnittet teori utgör några av de vanligaste för svenska företag att arbeta efter eller vara medlem i.



## **2.4 Validitet**

I detta avsnitt vill vi föra ett resonemang kring om huruvida vår kategorisering av företagen är befogade samt om antalet undersökningsobjekt ger vår uppsats en signifikans.

### **2.4.1 Kategorisering av etiskt respektive oetiskt**

De huvudsakliga kriterier vi utgått ifrån när vi klassificerat företagen som etiska respektive oetiska har utgått från de vanligaste kriterierna hos etiska fondförvaltare. Deras kriterier varierar men består huvudsakligen av att exkludera företag vilka är verksamma inom till exempel branscher på områden som alkohol-, tobaks-, vapen-, spel-, pornografi- samt energiindustrier. Detta har gett oss en grund för urvalet av företag och de företag som är verksamma inom ovan nämnda områden har klassats som oetiska. Dessutom har vi klassificerat företag som oetiska om dessa har förekommit i media som tvivelaktiga eller om deras anseende på annat sätt allvarligt har ifrågasatts. Anledningen till att vi har fått definiera en egen lista över etiska respektive oetiska företag är dels att det råder en skillnad i bedömning mellan fondföretagen men även att vi inte till fullo delar deras uppfattning om vad som skall klassas som etiskt respektive oetiskt. Skillnaden i den bedömning som vi talar om kan visa sig i att den ena etiska fondförvaltaren inkluderar ett företag som den andra etiska fondförvaltaren klassar som oetiskt. Detta problem har tvingat oss till att lägga in en egen bedömning för vad som skall anses som etiskt respektive oetiskt.

### **2.4.2 Antal undersökningsobjekt**

Antalet företag vi tar med i vår undersökning uppgår som tidigare nämnts till antalet 20 stycken, tio etiska respektive tio oetiska. Detta anser vi är ett tillfredställande antal företag sett dels från avsatt tid för uppsatsen samt efter diskussion med vår handledare. Optimalt hade varit att ytterligare kunnat utöka antalen företag för att öka validiteten av undersökningen. Vidare har antalet företag begränsats av tidigare nämnda svårighet att hitta uttalat oetiska företag.

## **2.5 Alternativt metodförfarande**

Det hade varit intressant att använda sig av intervjuer där vi skulle ha kunnat få möjlighet att frågat företagen direkt om hur de ställer sig till socialt ansvarstagande. Dels om ämnet är beroende av tiden och om de själva som etiskt eller oetiskt företag känner att de i större eller mindre utsträckning behöver redovisa annorlunda information på grund av detta. Detta går inte att utföra då denna typ av information är ytterst känslig och ett företag inte gärna vill kalla sig oetiska. Vidare ligger en tidsaspekt i intervjuförfarandet vilken påverkat oss till att välja bort detta.

En direkt riktad intervju med de berörda aktörer på marknaden, vilka påverkar företagen att följa vissa riktlinjer och standards angående etik och socialt ansvarstagande, hade underlättat vår urvalsprocess samt givit oss en djupare förståelse kring dessa kriterier. Det har inte visat sig möjligt då ingen av de potentiella intervjuobjekten vill smutskasta ett annat företag utan snarare belysa samt lyfta fram de företag som uppnår deras kriterier. En stor del av dessa aktörer har ett eget intresse av att det inte sker någon djupare granskning av deras aktieinnehav då vissa fondsparare marknadsför sina fonder som etiska medan de i verkligheten tillåter att en andel av deras placeringar inte uppnår de uppsatta kriterier som gäller för etiskt sparande<sup>9</sup>.

---

<sup>9</sup> Loenberg, Kerstin, "Bankernas etiska fonder är inte så etiska", 2005, <http://www.sesam.nu/modules.php?name=Artikel&id=5193> (17 december 2006)

## 3 Teori

*I detta avsnitt förklaras närmre vad olika teorier samt begrepp relaterade till socialt ansvarstagande innebär. Vidare lämnas ett avsnitt till att klargöra vad olika etiska organisationer samt index innebär, dels rent definitionsmässigt, samt för företagen.*

### 3.1 CSR (Corporate Social Responsibility)

Definitionen av CSR varierar kraftigt beroende på vem man frågar och var man läser. För att vi vidare skall kunna använda oss av begreppet krävs en tydligare definition. En generell definition av begreppet är företagens sociala eller etiska ansvar<sup>10</sup>. Socialt ansvar och etik förknippat med företagen går oftast inte hand i hand med ekonomers traditionella uppfattning av hur ett företags vinst skall maximeras<sup>11</sup>. Ekonomi och handelshögskolor har speciellt anklagats för att inte ta upp den etiska aspekten på ett tillfredställande sätt. I dessa fokuserar utbildningen på en ideologi som härstammar från ekonomisk teori vilken i huvudsak fokuserar på en vinstmaximering för företag och allmän nytta för individen. Det är individer som är ansvariga för oetiska handlingar och dessa bör därför undervisas om problemet.<sup>12</sup>

Oavsett definition handlar begreppet om hur företagsledare ska hantera sociala samt publika frågor i samband med företagets verksamhet. Dessa kan vara i fråga om barnarbete, korruption, miljöansvar med mera. För användning av CSR måste företagen skapa en bild av hur engagemanget i detta kommer att påverka företagets olika intressenter, såsom anställda, kunder och samhället i stort. Ett företag vilket engagerar sig i det sociala ansvaret har som mål att minimera alla negativa konsekvenser som kan medföras av företagets handlingar. CSR är av sin natur frivilligt vilket betyder att bolagen i princip själva väljer i vilken utsträckning de anammar begreppet.

---

<sup>10</sup> <http://sv.wikipedia.org/wiki/CSR> (10 december 2006)

<sup>11</sup> Lewis & Wärneryd, 1994, s. 130

<sup>12</sup> Lewis & Wärneryd, 1994, s. 7

CSR är som vi tidigare nämnt ett vitt begrepp och refererar till ett relativt koncept; att sociala krav och standards varierar med tid och rum samt inom samma grupp intressenter<sup>13</sup>. Detta påstående förklarar delvis varför implementeringen av det sociala ansvaret kan medföra svårigheter då detta är beroende av företagets omgivning samt i vilken tidsålder de verkar.

Trots ökande forskning och ökat massmedialt utrymme för socialt ansvarstagande är intresset när det gäller rena investeringar tämligen svagt. Om man ser till den svenska marknaden för fondsparande är det fortfarande inte mer än 5 procent (2005-07-21) som utgörs av ett etiskt sparande. Om premiesparfonden, vilken förvaltar PPM - pengar, räknas bort kvarstår endast 1,8 procent i etiska fonder.<sup>14</sup>

### **3.1.1 Låga löner eller arbetslöshet**

Anledningen till att företagen omlokaliserar sin produktion till andra länder kan vara många. Den anledningen som förmodligen är vanligast beror på lönen som man betalar till de anställda. Om ett företag kan hitta ett land där produktionen kan genomföras mot en billigare kostnad så kommer man att flytta till detta land under förutsättning att landet i övrigt är lämpligt. Detta kan till exempel bero på landets regering, arbetarnas kompetens, säkerhet och geografisk placering. Om ett företag på grund av påtryckningar blir tvingade att förbättra arbetsmiljön, lönenivån med mera så finns det en överhängande risk att företaget då väljer att flytta produktionen till ett annat land där man kan betala lika mycket för bättre personal sett utifrån kompetens och förmåga men också som kanske ligger geografiskt närmare det område där man säljer sina produkter, transportkostnaderna är inte heller att bortse ifrån. Alltså skulle förmodligen pressen av att implementera CSR i företagets verksamhet tvinga fram en flytt som i så fall skulle beröva dessa länder sina arbetstillfällen.<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup> Valor, Carmen, 2005, "Corporate Social Responsibility and Corporate Citizenship: Towards Corporate Accountability", s. 194

<sup>14</sup> Karlsson, Kristian, 2006, s. 299

<sup>15</sup> Karlsson, Kristian, 2006, s. 112

## 3.2 Stakeholders theory

Stakeholders theory, benämnd på svenska som intressentteorin, är idag väl etablerad. Det som är intressant med intressentteorin för denna uppsats är inte att gå till botten med historik och grundligt utreda vad begreppet innebär utan snarare att se det som ett komplement till CSR.

För att koppla intressentteorin till begreppet CSR kan företaget ställa sig frågan vilka intressenter som är berörda av deras verksamhet. Hur påverkar företags handlingar samhället i fråga om miljö, infrastruktur, hälsa och så vidare? Aktieägarna, vilka av många anses vara den viktigaste intressenten, hos företaget behöver inte uteslutande begära mer pengar till varje pris utan även dessa har ett intresse i hur företaget behandlar sin omgivning.

”Milton Friedman hävdade att företagsledningen helt och enbart ska ägna sig åt att tillfredsställa ägarnas intresse, dvs. sträva efter att maximera vinsten. Det finns bara en ’stakeholder’, menade han, och det är ’shareholders’. Denna tes är dock kontroversiell.”<sup>16</sup>

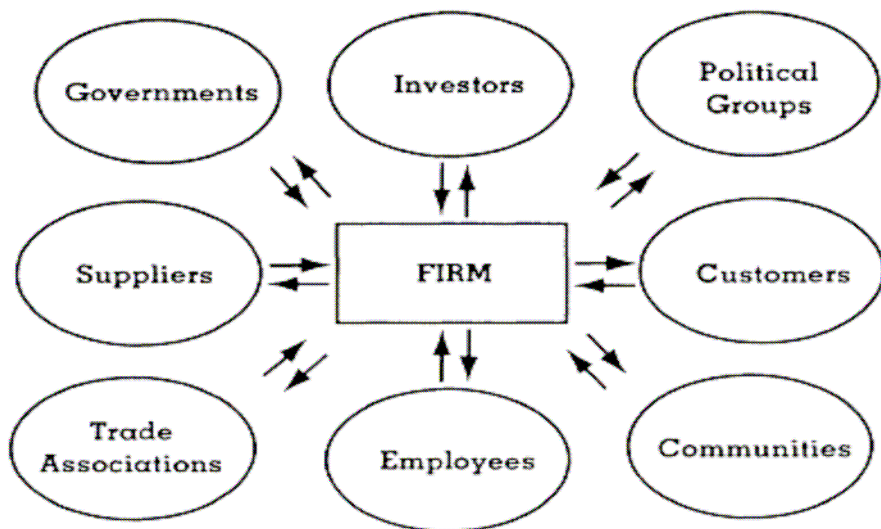
En vanligare uppfattning är synen på organisationer som en koalition av olika intressenter och att denna utgör ett bra strategiskt analysinstrument. Den traditionsenliga vinstmaximeringen ska inte enbart utgöra företags målet. Företaget måste istället acceptera fler faktorer såsom att upprätthålla och acceptera intressenternas målsättningar. Dessa innefattar till exempelvis samhället, anställda, kreditgivare samt kunder. Detta medför att organisationens gränser blir suddiga då inte längre enbart interna intressenter spelar en viktig roll. ”Det är ledningens uppgift att identifiera organisationens intressenter och att upprätthålla deras förväntningar om en bidragbelöningsbalans. Vi känner igen resonemanget som en variant på temat: Etik är långsiktig lönsamhet”<sup>17</sup>.

Forskare inom intressentteorin menar att alla grupper eller personer med en anknytning eller ett intresse till företaget förväntar sig en vinst av något slag, därmed visas på ett ömsesidigt utbyte. I följande modell visas det samband som existerar mellan företaget och dess olika intressenter.

---

<sup>16</sup> Brytting, Tomas, 2005, *Företagsetik*, s. 160

<sup>17</sup> Brytting, 2005, s. 160



*Figur 1. The Stakeholder Model<sup>18</sup>*

Undersökningar visar på att kunder ser positivt på företag vilka i sin verksamhet utövar ett etiskt och socialt ansvar i förhållande till de företag som inte gör det. Enligt en undersökning utförd 2002 av Edelman StrategyOne Survey skulle 76 procent av de tillfrågade kunna tänka sig att handla enbart från företag som i sin verksamhet aktivt arbetar med CSR och således anpassar sig till sina intressenters behov, om priset och kvaliteten vore densamma som för icke CSR-praktiserande företag. Undersökningen visar vidare på att kunderna skulle förlåta företaget om de blev inblandade i någon skandal, förutsatt att de aktivt har arbetat med socialt ansvar.<sup>19</sup>

<sup>18</sup>Donaldson, Thomas & Preston, Lee E., 1995, "The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence and Implications, s. 69

<sup>19</sup><http://www.thecsr.com/expertise/csr.html> (15 december 2006)

### **3.3 Årsredovisningen**

Dagens företag har olika metoder med vilka de kan förmedla information om sig själva till samhället som de är verksamma i. Ett sätt med vilket företag kan synas är genom massmedia men massmedia har en tendens att stå för den negativa rapporteringen med avslöjanden och inslag om till exempel barnarbete på företags fabriker i utlandet. Internet är därför ett bra sätt för företagen att kontrollera den information som förmedlas om företagen. Dock kan företagens sidor ses som en partisk förmedling och dessutom kräver detta ett aktivt sökande efter information från intressenternas sida. Det sätt som också finns till förfogande för företagen, som de dessutom är skyldiga att tillhandahålla för samhället, är företagens årsredovisning. I denna skall företagens ekonomiska information förmedlas till främst ägare och investerare men också andra intressenter. Men tillsammans med denna information om företagens ekonomi passar företagen på att också inkludera sådan information som är till nytta för företaget att förmedla. Denna information är till exempel information om produkterna, ekonomiska prognoser men också information om företagens arbete med CSR.

Dagens samhälle kräver allt mer att företagen skall ta ett socialt ansvar i sin verksamhet och därför är årsredovisningen ett idealiskt sätt med vilket man kan förmedla detta. Företagen skriver i sina årsredovisningar om sina miljömål, om sina bidrag till hjälp i tredje världen, om sina anställda och vad man gör för att förbättra förhållandena för dessa. Således är årsredovisningen ett populärt sätt att nå ut till sina intressenter med information som förstärker företagens namn och rykte i samhället.

### **3.4 Etiska index och organisationer**

I detta avsnitt har vi för avsikt att kortfattat beskriva de olika organisationerna vilka arbetar med att utveckla internationell standards för socialt ansvarstagande, såväl om det rör produktionsstadiet för produkten eller tjänsten eller hur resultatet av produkten eller tjänsten påverkar omgivningen. Detta anser vi vara viktigt då ett flertal av de företag vi granskar stoltserar med just medlemskap i dessa.

### 3.4.1 ISO



ISO består av nationella nätverk för standards och har sitt sekretariat i Genève, Schweiz. ISO är världens största utvecklare av standards och dess primära aktiviteter syftar till utveckling av tekniska standards, dock innefattas även ekonomiska och sociala standards. Dessa internationella standards uppnås när en samstämmighet råder mellan olika nationella delegationer vilka ska representera alla berörda ekonomiska intressenter. Intressenter såsom leverantörer, slutanvändare av produkten eller tjänsten, konsumenter samt andra intressenter till företagen. Delegationerna kommer överens om kriterier och specifikationer att konstant applicera på materialklassifikation, i tillverkningen av produkter, i analyser och tester och så vidare. På detta sätt skall ISO förse en referensram mellan företagen och deras kunder vilken ska underlätta för handel.<sup>20</sup>

### 3.4.2 Global Compact



I samband med "the World Economic Forum" den 31 januari 1999 uppmanade FN's Kofi Annan företagsledare att ansluta sig till ett internationellt initiativ – the Global Compact – vilket hade som syfte att stimulera samarbetet i det internationella näringslivet och olika FN-organ vilka samarbetar för miljö, mänskliga rättigheter och arbetsvillkor. Idag är hundratals företag från regioner situerade i hela världen aktiva inom Global Compact. Global Compact byggs kortfattat upp av tio principer vilka rör områdena mänskliga rättigheter, arbete, miljö samt anti-korruption.<sup>21</sup>

### 3.4.3 FTSE4Good



FTSE4Good indexet är utformat för att mäta resultaten på företag vilka möter globalt erkända ansvarsstandards för bolag, samt att underlätta för investeringar i dessa. För att inkluderas i FTSE4Good måste företagen demonstrera att de arbetar för en bättre ihållig miljö, att de kontinuerligt utvecklar positiva relationer med sina intressenter samt att de upprätthåller och stödjer mänskliga rättigheter.

<sup>20</sup> <http://www.iso.org/iso/en/aboutiso/introduction/index.html#three> (25 november 2006)

<sup>21</sup> [www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org) (25 november 2006)



Indexet exkluderar uteslutande tobaksproducenter, företag som tillverkar delar av eller hela system för nukleära vapensystem, ägare eller användare av nukleära energistationer samt företag som tillverkar vapensystem av olika slag.<sup>22</sup>

Tydlig management och tydliga kriterier vid sidan av märket för FTSE ger en tydlig indikation på företags sociala ansvarstagande.<sup>23</sup> FTSE4Good kan användas på fyra sätt;

- Investeringsmässigt

En basis för socialt ansvarstagande finansiella instrument samt fonder.

- För research

Ett verktyg för att hitta socialt ansvarstagande företag

- Som referens

Ett referens verktyg att förse företag med för att uppnå globala ansvarsstandards

- Som Benchmark

Ett index vilket kan användas som benchmark för att lokalisera avkastningar i etiska portföljer.

### 3.4.4 Global 100



“The Global 100 Most Sustainable Corporations in the World” är ett projekt startat av “Corporate Knights inc.” med “Innovest Strategic Value Advisors inc.” Ett ledande research företag vilken specialiserar sig på analys av “icke-traditionella” risk-drivare samt aktieägarvärden som exempelvis inkluderar bolagsprestationer inom sociala, miljömässiga och strategiska områden. Företagen vilka platsar i Global 100 är hållbara i den bemärkelsen att de har historiskt sett tydligare än de flesta andra företag i sina industrier visat på en bättre förmåga att identifiera och på ett effektivt sätt hantera miljömässiga samt sociala faktorer vilka påverkar deras företag.<sup>24</sup>

<sup>22</sup> [www.ftse.com](http://www.ftse.com) (25 november 2006)

<sup>23</sup> [www.ftse.com/Indices/FTSE4Good\\_Index\\_Series/index.jsp](http://www.ftse.com/Indices/FTSE4Good_Index_Series/index.jsp) (25 november 2006)

<sup>24</sup> <http://www.global100.org/what.asp> (26 november 2006)

### 3.4.5 Dow Jones Sustainability Index



Uttalat objektiv med detta är att erbjuda en konsistent, flexibel och investeringsmässigt gångbart index för global hållbarhet i portföljer samt att förse investerare med ett oberoende benchmark baserat på ekonomiska, sociala och miljömässiga kriterier. Hållbarheten skall skapa ett långsiktigt aktieägarvärde genom att anamma möjligheter samt att hantera risker vilka härstammar från ekonomiska, miljömässiga samt sociala utvecklingar. Ett definierat antal av kriterier samt vikter av dessa i portföljen används för att lokalisera lämpliga investeringsobjekt.<sup>25</sup>

### 3.5 Oetiska fonder

Som en motpol till de etiska fondspararna så finns det också de fondförvaltare som gör precis tvärtom när de väljer vilka aktier som skall ingå i sin fonds portfölj. De väljer helt enkelt de aktier som anses som oetiska och som således inte passar in hos de fondsparare som utgår från ett CSR-tänkande. Dessa förvaltare som väljer att frångå CSR ser istället investeringarna som ett sätt att maximera avkastningen, ett sätt att skapa ett rent ekonomiskt mervärde för sina placerare utan några tankar alls kring etiken i företagens verksamhet. Det som gör dessa "svartlistade" företag intressanta är att deras verksamhet/bransch är mindre beroende av konjunkturen, alltså har dessa en låg efterfrågeelasticitet. Ett exempel på en sådan fond är Morgan Funshares, tidigare Morgan Sin Shares, som startades av amerikanen Burt D Morgan 1979. Han utgick från vad konsumenten alltid kommer att köpa oavsett situation.<sup>26,27</sup>

<sup>25</sup> <http://www.sustainability-indexes.com> (26 november 2006)

<sup>26</sup> Karlsson, 2006, s. 311

<sup>27</sup> Crome, Shauna, "Socially (Ir)responsible Mutual Funds", 2003, <http://www.investopedia.com/articles/mutualfund/03/031903.asp> (15 december 2006)

De branscher som passar speciellt bra in i dessa s.k. etiska fonder är tobak, alkohol, spel, vapen och pornografi. Den tanke som finns hos fondförvaltarna kring dessa branscher är att oavsett hur bra eller dåligt det går i världen så kommer alltid människorna ha kvar sina laster och när det gäller t.ex. alkohol kommer konsumtionen eventuellt öka ytterligare i sämre tider. Detta är alltså så långt bort ifrån CSR och etiskt tänkande man kan komma men samtidigt kan man inte bortförklara det faktum att dessa branscher, som tidigare påpekats, går bra oavsett konjunktur. Detta belyser ytterligare att det är upp till individen vad som är viktigast, maximal avkastning eller ett etiskt sparande. Med detta sagt innebär det inte att de etiska fonderna skulle gå sämre men investeringen borde inte vara lika säker utan mer riskfylld.

## 4 Empiri

*I detta avsnitt har vi för avsikt att presentera vårt empiriska material där en genomgång av utvalda företag redovisas utifrån de begrepp/klassificeringar vi valt. Vi väljer att ta med ett utplock av de företag vi har granskat och lämnar den totala genomgången till avsnittet för bilagor. De företag som vi har benämnt etiska och oetiska behöver inte vara det för alla människor. Den bedömning vi har använt oss av är inte heller helt subjektiv utan har som tidigare nämnt utgått från kriterier hos fondförvaltare vilka kallar sig etiska samt organisationer uppsatta för att upprätthålla till exempelvis miljö och mänskliga rättigheter. Sammanfattningsvis finns inga helt ”vita” eller ”svarta” företag. De ligger vanligen i en gråzon. Inledningsvis ger vi en presentation av våra bilagor.*

### 4.1 Presentation av bilagor

Här presenteras de tabeller och beräkningar som utgör den empiriska grunden till uppsatsen. Dessa tabeller är en sammanställning av det material som utgjordes av årsredovisningar från respektive företag och år. De beräkningar som har gjorts på detta material redovisas också under detta kapitel.

#### 4.1.1 Beräkningar

I tabell ett och två redovisas frekvensen av förekomsten av nyckelbegrepp. Dessa tabeller omfattar samtliga utvalda företag. De möjliga svar som kan förekomma i dessa båda tabeller är ja (J) eller nej (N) på frågan om de förekommer i respektive företags årsredovisning. I respektive tabell summeras andelen företag i vilkas årsredovisning begreppen förekommit. På så sätt kan man genom en jämförelse mellan dessa tabeller utläsa en skillnad i förekomst av dessa begrepp.

I tabell tre till sex redovisas andelen uppskattad textmängd som förekommer i företagens årsredovisningar fördelat efter vilket ämnesområde inom CSR det syftar till. Dessa summeras sedan till en total andel av texten för respektive företag som sedan räknas om till totalt antal sidor som handlar om CSR. Detta görs genom att beräkna andelen text med CSR som innehåll av det totala antalet sidor i årsredovisningarna. Därefter beräknar vi medeltalet sidor i årsredovisningarna och medeltalet sidor som innehåller information om företagens sociala

ansvar. På så sätt får vi en jämförelse mellan grupperna etiska och oetiska företag men också en jämförelse dem emellan sett från ett tidsperspektiv. Således kan man genom sagda tabeller uttala sig om vilken grupp som i sin årsredovisning i genomsnitt skriver mest text totalt respektive om CSR men också se hur dessa ändrat sig över tiden.

## **4.2 Etiska företag**

Här presenteras kort de företag som vi valt att beteckna som etiska. Som tidigare nämnt är dessa etiska då de inte direkt är involverade i marknader vilka är skadliga för människor eller miljö. Utöver detta är de medlemmar i index samt organisationer vilka alla har olika standards eller krav uppsatta på sina medlemmar. Granskningen har som beskrivits i metoden utgått från året 2000 och jämförts med 2005. Nedan följer en motivering för varför följande företag platsar i vårt etiska avsnitt.

### **4.2.1 Ericsson**

Ericsson betecknar vi som etiskt då de särskilt idag lämnar uttryck för och redovisar ett ansvarstagande för i princip alla våra uppställda kriterier. Initialt valdes detta företag ut som etiskt då Banco fonder placerade i detta. Banco fonder skall utåt uppfattas som en etisk fondförvaltare. Exempel på deras arbete inom CSR är att de är aktiva bidragsgivare vid bland annat katastrofsituationer och ställer sig bakom organisationer som Global Compact. Vidare är de en del av FTSE4good och DJSI samt listade som ett av de 100 mest hållbara företagen av Global 100.

### **4.2.2 Telia Sonera**

Telia Sonera ingår även de i Bancos etiska portföljer. Detta ligger som grundanledning till att detta företag får tillhöra den etiska avdelningen samt att de inte direkt verkar i en marknad vilka socialt ansvarstagande organisationer samt index undviker.

### **4.2.3 Getinge**

Även Getinge går att finna på fondförvaltaren Bancos listor över innehav. På så sätt placeras även dom in på den etiska listan över företag som uppfyller de krav som kan ställas på ett företag som i sin verksamhet implementerar CSR. Detta företag har som många andra bland annat ett antaget uppförande kodex där dom säger sig sträva efter att följa rekommendationer och regler från index och organisationer, till exempel Global Compact.

### **4.2.4 Axis**

Axis AB utgör en del av innehavet i KPA's etiska aktiefond. Med detta som bakgrund placerar vi Axis i det etiska facket. Axis är ett relativt litet bolag jämfört med exempelvis Ericsson och Telia Sonera och representerar därmed de etiska bolagen som är mindre till sin storlek.

### **4.2.5 Electrolux**

Även Electrolux återfinns i KPA's etiska aktiefond. Huvudsakligen detta samt att företaget inte är direkt involverad i någon marknad som Banco fonder eller KPA undviker att investera i ligger som grund för att beteckna Electrolux som etiskt. Utöver detta är Electrolux listade som ett av de 100 mest hållbara företagen av Global 100 samt högt rankade av FTSE4good och DJSI.

### **4.2.6 Axfood**

Ytterligare ett företag vilket fått representera de något mindre till storleken är Axfood. Axfood går att finna bland KPA's etiska aktiefond. Återigen har detta samt företagets branschtillhörighet placerat företaget under rubriken etiska företag.

#### 4.2.7 Astra Zeneca

Även Astra Zeneca finns med i innehavet hos de etiska fondförvaltarna KPA och Banco. Vi har inte hittat något som skulle få oss att placera detta företag bland dom oetiska utan vi har valt att placera Astra Zeneca bland dom etiska företagen.

#### 4.2.8 Atlas Copco

Ytterligare ett företag som finns med som tillgång i KPA:s och Bancos etiska fonder är Atlas Copco. Företaget var aktivt i Irak under blockaden och efter år 2000 krävde regeringen i Irak en slags avgift som benämns som kickback. Atlas Copco har som vissa andra företag varit med och betalt sådana avgifter. Huruvida dessa kan ses som mutor är en bedömning men då det uppenbarligen var tio procent av kontraktetspriset så förefaller det som om det var en standard för handel med landet. Således anser vi att Atlas Copco handlade på det enda möjliga sättet för att bedriva handel med landet.<sup>28</sup> Vidare går det att läsa om Atlas Copcos projekt kring att ge världens människor rent vatten. Detta görs genom att anställda samlar in pengar vilka företaget sedan matchar med lika stort belopp.<sup>29</sup> Vi väljer i vår samlade bedömning att placera Atlas Copco bland de etiska företagen.

#### 4.2.9 Höganäs

Företaget Höganäs har även dom en plats bland KPA etiska fonder vilket kvalificerar dom till gruppen etiska företag så länge inget annat som kan upplevas som negativt kommer fram. Under vår kontroll fann vi inget som skulle få oss att placera Höganäs i gruppen oetiska vilket ger oss ytterligare ett företag till gruppen etiska.

---

<sup>28</sup> "UD blundade för korruptionen i Irak", 2006,

<http://www.di.se/Nyheter/?page=%2fAvdelningar%2fArtikel.aspx%3fArticleID%3d2006%5c11%5c28%5c212020%26words%3datlas%2ccopco%26SectionID%3dEttan%26menusection%3dStartsidan%3bHuvudnyheter> (28 december 2006)

<sup>29</sup> Jonsson, Jonas, *Atlas Copco-anställda ger världen rent vatten*, 2006,

<http://www.di.se/Nyheter/?page=%2fAvdelningar%2fArtikel.aspx%3fArticleID%3d2006%5c11%5c14%5c210093%26words%3datlas%2ccopco%26SectionID%3dEttan%26menusection%3dStartsidan%3bHuvudnyheter> (26 december 2006)

## **4.2.10 Beijer**

Beijer är ett företag som går att hitta i listorna för KPA etiska fonder. Vidare har vi inte funnit något som kan upplevas som riktigt allvarligt om än att företaget har omskrivits för miljöstörande verksamhet i och med brytning av kvartssand.<sup>30</sup> Denna verksamhet har tillstånd av länsstyrelsen att bedriva denna drift och företaget själv beskriver denna konflikt som en storm i ett vattenglass. Trots detta och att företaget tas upp bland de etiska fondförvaltarna så anser vi att företaget skall placeras bland dom i den etiska gruppen.

## **4.3 Oetiska företag**

Att vi benämner följande företag som oetiska kan ifrågasättas. Dock som nämnt i metoden platsar inte dessa i samt uppfyller inte kraven hos etiska fondförvaltare och kan tänkas eller är direkt involverade i marknader vilka förser oss med till exempel tobak, alkohol eller vapen. Detta betyder naturligtvis inte att deras produkter inte efterfrågas. Vidare skulle med säkerhet dessa företag och deras produkter med säkerhet ersättas av andra om de avecklade eller försvann från marknaden.

### **4.3.1 Cherry**

Cherry koncernen verkar inom spelmarknader såsom poker, vadslagning och dylikt. Detta medför att Cherry hamnar under rubriken för oetiska företag då deras verksamhet kan tänkas bidra till spelberoende och dylikt. Cherry redogör kortfattat för vikten av att stävja spelberoende och utöver detta återfinns inga större CSR relaterade avsnitt.

---

<sup>30</sup> *Börsbolaget G&L Beijer i miljötrubbel*, 2006, <http://www.di.se/Nyheter/?page=%2fAvdelningar%2fArtikel.aspx%3fArticleID%3d2006%5c08%5c25%5c198751%26words%3dbeijer%26SectionID%3dEttan%26menusection%3dStartsidan%3bHuvudnyheter> (19 december 2006)



### **4.3.2 Vin & Sprit**

Detta företag skiljer sig från våra tidigare då staten förfogar över samtliga aktier. Detta kan tänkas påverka hur företaget förmedlar sitt sociala ansvarstagande. Vi har ändå valt att inkludera företaget och de hamnar under rubriken oetiska då de är verksamma inom marknaden för alkohol.

### **4.3.3 Lundin Petroleum**

Lundin Petroleum AB kategoriseras av oss som oetiskt då deras produkt innebär en direkt skada för miljön. Varken Banco eller KPA väljer att investera i detta företag. Lundin Petroleum får, trots nödvändig produkt, betecknas som en miljöbov och hamnar därmed under rubriken oetiska företag.

### **4.3.4 SAAB**

SAAB betecknar vi som oetiska då deras produkter kommer till direkt användning vid krigföring. Förutom teknologiska hjälpmedel tillverkar de även kompletta lösningar och plattformar för liknande ändamål. Detta ligger som grund för att SAAB rubriceras som oetiskt.

### **4.3.5 Swedish Match**

Swedish Match är ett företag som producerar olika produkter men med en klar betoning på tobaksprodukter så som snus och cigarrer. Genom att detta företag tydligt återfinns inom tobaksbranschen bryter detta företag mot de allmänt accepterade kraven kring vad som är ett etiskt företag. Tobaksprodukter anses, som vi alla känner till, vara skadligt och inte minst beroendeframkallande. Av den anledningen har vi valt att placera Swedish Match i gruppen för oetiska företag.

### 4.3.6 Assa Abloy

Assa Abloy är ett av de mera svårplacerade företagen. Det som talar för att företagen skall placeras i den etiska gruppen är att företaget finns med i fondförvaltaren Bancos företagsportfölj. Detta leder oss till att tro att de genom detta uppfyller kraven för vad som förväntas av ett etiskt företag. Men samtidigt får Assa Abloy kritik för användningen av kemikalier i sina fabriker förlagda till Rumänien.<sup>31</sup> Dessa kemikalier har sedan länge varit förbjudna i Sverige men anses fortfarande gångbara av Assa Abloy.

### 4.3.7 H&M

Hennes & Mauritz (H&M) är också ett svårt företag att placera in i grupperna oetiska respektive etiska företag. Företaget finns med i Bancos företagsportfölj och är även på senare år medlem i diverse index och organisationer som verkar för CSR. Med utgångspunkt i detta blir valet lätt att placera H&M bland de etiska företagen. Men bakom alla dessa ord och texter kring vad företaget gör på området CSR finns dessa artiklar och reportage som är allt annat än smickrande för företaget. Problemet som lyfts fram i just de artiklarna vi valt att beröra är H&Ms leverantörer. Dessa har dels egen produktion med barnarbetare och dåliga arbetsförhållanden men samtidigt köper de även in från ytterligare led av leverantörer för att på så sätt skära kostnaderna i produktionen ytterligare.<sup>32</sup> Och dessa andra leverantörer är än mer oetiska i sin verksamhet om man skall tro artiklarna. Den fråga som vi nu ställer oss är om H&M skall anses som etiskt då de handlar in kläder till väldigt låga priser och där det finns ett klart problem från H&Ms sida med kontrollen av var dessa kläder kommer ifrån och hur de produceras.

---

<sup>31</sup> Tideström, Karin, "Assa Abloy kritik för otillåtna kemikalier", 2006, <http://www.dn.se/DNet/jsp/polopoly.jsp?a=529859> (15 december 2006)

<sup>32</sup> Carlström, Carina, "Jultröjorna görs av barn", 2006, <http://expressen.se/index.jsp?a=795489> (16 december 2006)

### 4.3.8 Sandvik

Sandvik ingår i Bancos etiska portföljer vilket medför en placeringsmässig komplikation. Vi väljer trots detta att beteckna företaget som oetiskt då Sandvik fått utstå massiv kritik för bland annat kränkningar av mänskliga rättigheter och skövling av miljö i Papua, en indonesisk provins.<sup>33</sup> Med detta som bakgrund hamnar Sandvik under rubriken oetiska företag.

### 4.3.9 Volvo

Volvo är ett företag vilket placeras i Bancos fonder. Detta faktum gjorde det problematiskt att placera företaget under den oetiska rubriken. En av KPA's avgörande kriterier för att de inte ska investera i ett företag är om de på något sätt kan länkas till vapenindustrin. Detta innefattar även produkter vilka har som ändamål att frakta vapen av något slag. Med denna anledning placerar vi Volvo hos de oetiska företagen.

### 4.3.10 SAS

SAS finns med i Bancos etiska fonder men också i KPA:s etiska fonder. Detta borde kvalificera företaget till att hamna i den etiska gruppen. Idag använder vi olika sätt med vilket vi transporterar människor och material och ”flyg är idag det sämsta transportsättet ur miljösynpunkt”<sup>34</sup>. Luftfartsverket skriver också om detta på sin hemsida där dom har exempel på skillnader mellan bil och flyg som förstärker flyget som det mindre miljövänliga<sup>35</sup>. Trots att flygtrafiken fyller en viktig funktion i samhället idag så kan man med utgångspunkt i miljöaspekten se verksamheten som en belastning på miljön och vi har valt att placera SAS bland dom oetiska företagen.

---

<sup>33</sup> Wingborg, Mats, *Blågula bolag bovar utomlands*, 2006, [http://ekonominyheterna.se/attention/magasin/2006/7/blagula\\_bolag\\_bovar\\_utoml/index.xml](http://ekonominyheterna.se/attention/magasin/2006/7/blagula_bolag_bovar_utoml/index.xml) (18 december 2006)

<sup>34</sup> *Hållbar sjöfart och flygtrafik*, 2005, [http://mp.se/templates/Mct\\_78.aspx?avdnr=12320&number=69275](http://mp.se/templates/Mct_78.aspx?avdnr=12320&number=69275) (7 januari 2007)

<sup>35</sup> [http://www.lfv.se/templates/LFV\\_InfoSida\\_70\\_30\\_\\_\\_\\_40935.aspx](http://www.lfv.se/templates/LFV_InfoSida_70_30____40935.aspx) (7 januari 2007)

## 5 Analys

*I detta avsnitt kommer vi att analysera de begrepp vi introducerat under vår teoretiska referensram samt koppla dessa till vår empiri. Med detta vill vi således med referensramen som grund analysera vår insamlade empiri och på så sätt förbereda oss för en senare diskussion och slutsats.*

### 5.1 CSR - Miljardindustrin

Fenomenet CSR är som vi tidigare nämnt ett begrepp vilket skiljer sig avsevärt beroende på vem som tillfrågas. Den generella förklaringen till detta var företagets sociala eller etiska ansvar.

Att enkelt kunna peka på enbart en sak som driver CSR framåt och ökar dess spridning går nog inte. En sak som man ofta glömmer när man betraktar CSR är att det finns många människor som varje dag arbetar med detta. Det är allt ifrån analytiker till fondbörvaltare, konsulter och CSR-tjänstemän på företag. Alla dessa människor får en del av den stora industri som byggts kring CSR. Därför kan man med lätthet inse att det idag finns stora krafter bakom de allt hårdare krav som ställs på företagen. Om CSR skulle stanna upp i sin spridning och kanske också backa så kommer åtskilliga människor runt om i världen att se sig själv utan arbete.<sup>36</sup>

CSR har som tidigare nämnts kommit att uppfattas som en konkurrensfördel för företagen. Med detta påstående skulle då ett företag vilket utåt förmedlar en omfattande bild i exempelvis sin årsredovisning upplevas som etiskt samt således erhålla ekonomiska fördelar gentemot ett företag vilket inte tillämpar CSR eller förmedlar företagens lika starkt. Fördelen med tillämpningen av ett socialt ansvarstagande för företagen är att detta bidrar till en positiv form av marknadsföring samt skapar ett långsiktig förhållande med konsumenten eller placeraren. Ett exempel på detta kan vara den publicitet företagen får i dagspressen om de utför en handling i linje med CSR. I kontrast till detta får företagen ofta ännu större publicitet

---

<sup>36</sup> Karlsson, 2006, s. 86f

då de har begått en tveksam handling i konflikt med CSR, vilket medför en klar negativ marknadsföring.

Allt eftersom CSR vinner mark påverkas naturligt samhället av detta. Vi har som konsumenter vant oss vid billigare produkter från andra delar av världen. Dessa produkter håller en acceptabel kvalitet till utställt pris. Genom de förhållningssätt som CSR förespråkar kan vi på lång sikt för företag som låter sig influeras av CSR se en utveckling vilken kan göra produktionen i dessa länder mindre attraktiva. Detta påstående grundas i att kostnaderna kommer att öka för att tillmötesgå kraven kring minimilöner, arbetsmiljö, produktionsförfarande med mera. Då företagets kostnader genom detta ökar försvinner incitamentet att förlägga produktionen till dessa länder.

Produkter vilka har producerats på ett ansvarfullt sätt som till exempel kravmärkta produkter ger vidare i regel en högre kostnad på slutprodukten och påverkar därmed konsumenten i form av ett högre pris.

Begreppet CSR påverkar också samhället i stort. Generellt kan sägas att det sociala ansvarstagandet, om implementerat, skall bidra till ett antal förbättrande faktorer i samhället såsom en förbättrad miljö, en mindre energikonsumtion, bättre villkor för företagens anställda och leverantörer. Kort sagt en ”bättre” arbetsmarknad och samhälle ur ett socialt ansvarsfullt perspektiv.

Det finns lagar som reglerar olika delar av företagets verksamhet men det finns idag inga lagar som tvingar företagen till att ta ett socialt ansvar genom sin verksamhet. Man skulle kunna säga att implementeringen av CSR bland företagen är av frivillig art. Men då denna miljardindustri, som vi tidigare har pratat om, idag utövar ett allt större inflytande på samhället kommer företagen inte längre kunna fly undan CSR då detta begrepp allt mer ses som en norm snarare än något frivilligt fenomen.

## 5.2 Intressenter

Traditionellt sett sägs det att ett företag riktar in sig på att tillfredsställa sina ägares krav på avkastning och fortlevnad, detta företag sägs ha fokus på sina aktieägare. I motsats till detta finns en annan syn där företaget sätter fokus på alla intressenter. Detta innebär således att företaget försöker tillgodose alla intressenters behov om än aktieägarnas behov fortfarande är ett centralt sådant. Alla personer eller grupper vilka kan kopplas eller anknytas till företags verksamhet förväntar sig ett utbyte, inte enbart ekonomiskt. På detta sätt står inte enbart företaget i centrum utan ett bredare perspektiv är nödvändigt.

En av de viktigaste intressenterna till ett företag är dess kunder. När en privatperson står inför valet att köpa en produkt spelar priset en avgörande roll. Om kvaliteten och priset är desamma mellan produkter som tillverkats inom en verksamhet med respektive utan ett CSR tänkande väljer konsumenten det socialt ansvarstagande företaget. Om en produkt däremot skiljer sig i fråga om pris eller kvalitet väljer förmodligen konsumenten att välja den produkt som är mest prisvärd, i fråga om kvalitet per betald krona. Således baseras inte valet av produkt på i vilken utsträckning företaget tagit hänsyn till CSR. På samma sätt borde en privatpersons val av investering bero, i första hand, på dess avkastning och inte det aktuella företags samhällsansvar. Undantag från detta går naturligtvis att finna men normen pekar i denna riktning.

När institutioner och företag gör sina inköp och investeringar får medborgarna en annorlunda roll och genom detta en annorlunda inställning till desamma. Därmed ställer medborgarna större krav på att investeringarna och inköpen ska vara etiskt försvarbara. När medborgaren eller kunden själv står för sitt inköp kan denne på plats direkt göra ett aktivt val av produkt eller tjänst. Miljömärkt kan väljas framför icke miljömärkt och så vidare. När en placering eller ett köp utförs av någon annan, för kundens räkning, krävs ett större beaktande av ett etiskt handlande än om kunden själv står för slutligt val av köp eller investering. Vidare kan valet av investering eller köp betraktas som ett verktyg hos företagsledningar och politiker, vilket inte är fallet hos en enskild medborgare. Detta förstärks av att beslutsfattare i offentlig sektor eller inom företagsidan genom ett etiskt beslut i större utsträckning uppfattas som ansvarstagande personer, främst i fråga om publicitet, i jämförelse med privatpersonen. Dessutom får deras beslut om en investering eller ett köp inte samma privatekonomiska effekt som för privatpersonen.

### **5.3 Etiska index och organisationer**

Företag vilka kan visa upp ett märke från en organisation som Global 100 har direkt via detta, för den insatte, visat på ett socialt ansvarstagande. För den oinsatte kan certifiering, i all form, upplevas som positivt. Certifieringen i sig är ett enkelt och bra sätt för företagen att förmedla en känsla av ansvarstagande. Om sedan företaget i verkligheten lever upp till det som utlovas genom certifieringen är en annan fråga. Till skillnad från Global 100 som ställer relativt högre krav på sina deltagare så ställer Global Compact mycket mildare krav på sina medlemmar.

Global Compact har en uppsättning rekommendationer och värderingar som skall fungera som vägledning för företagen men dessa följs inte upp genom kontroller från representanter inom Global Compact. Den form av rapportering som förväntas av företagen är en egen rapportering av företagets egna insatser i linje med Global Compacts principer.<sup>37</sup>

Global Compact blir här ett bra exempel på att deltagande i index respektive organisationer inte nödvändigtvis behöver betyda så mycket i realiteten utan är ett rent retoriskt sätt att vinna mark inom CSR för företagen. Därför blir det viktigt att undersöka i detalj vilka krav som ställs från respektive organisation och index men också vilken uppföljning dom utövar för att kontrollera företagens efterlevnad av reglerna. Negativt och svårt blir då för den oinsatte att urskilja ett etiskt företag från ett oetiskt. Med andra ord kan ett medlemskap i ett index eller en organisation ifrågasättas.

En fördel med index och organisationer som utarbetar kriterier eller certifieringar kring socialt ansvar för i denna process med sig en gemensam praxis för CSR. Ett exempel på detta kan vara att det skulle bli enklare för ett företag att ha tydliga kriterier eller mål att sträva efter vilka kan finnas hos dessa index och organisationer. Ett företag vilket enbart säger sig utöva ett socialt ansvar har ett stort, odefinierat, urval att välja mellan. Ett företag vilket strävar efter medlemskap hos exempelvis ISO<sub>14001</sub> har ett antal tydliga miljömässiga kriterier att uppfylla.

Att organisationerna och indexen påverkar företagen genom sina regler och kriterier är klart fastställt men tänkbart kan vara att även företagen i sin tur påverkar dessa. På detta vis skulle aktiva företag kunna styra utvecklingen kring CSR och således forma begreppet på ett sätt som passar det egna företaget.

---

<sup>37</sup> Karlsson, 2006, s. 61

## 5.4 Fonder

Fondsparande har utvecklats till en populär sparform vilken erbjuder en låg risk med en relativt stabil avkastning. Detta beror på att fondförvaltaren fyller sin portfölj med olika tillgångar, en så kallad diversifierad portfölj. Vid valet av tillgångar placerar fondförvaltaren kundernas pengar i tillgångar som förväntas ge en så stor avkastning som möjligt i förhållande till risken.

Det har blivit populärt att från fondförvaltarnas sida erbjuda kunderna en möjlighet att investera i olika portföljer där de underliggande tillgångarna varierar efter till exempel bransch eller risk. Men på senare tid har det även blivit aktuellt med fonder vars underliggande tillgångar utgörs av företag som uppfattas som etiska.

I regel uppfattas inte börsmäklare och fondförvaltare som de mest etiska men dessa utgör ändå CSR aktivisters senaste målgrupp. Etiska investeringar har på senare år vuxit till att bli ett populärt fenomen. I Sverige har under de senaste 10 åren antalet etiska fonder mer än tiodubblats.<sup>38</sup>

När en konsument står i butiken kan denne slutgiltigt välja sin tjänst eller produkt och därmed ta hänsyn till aspekter kring socialt ansvar. Detta påverkar inte företagets val av riktlinje, om alls, förrän på lång sikt. Vid en investering i en fond utses en fondförvaltare vilken serverar ett färdigt paket innehållande en färdig sammansättning av en portfölj med ett givet pris, en given risk och en förväntad avkastning. Denna sammansättning av tillgångar i fonderna varierar mellan olika fondförvaltare, även mellan de etiska. Detta beror på att dessa etiska fonder tillämpar liknande men ej samma kriterier.<sup>39</sup> ”Den som vill undvika att investera i företag som kränker mänskliga rättigheter men inte ser någon anledning att utesluta spelbolag eller vin- och energiproducenter, väljer bort KPA som profilerat sig på sådana egendomliga investeringskriterier”<sup>40</sup>. Investeringskriterierna mellan de olika etiska fondförvaltarna kan skilja sig så pass mycket så att etiska investerare kan uppleva vissa fondbolags kriterier i portföljen som märkliga.

---

<sup>38</sup> Karlsson, 2006, s. 229

<sup>39</sup> Karlsson, 2006, s. 226

<sup>40</sup> Karlsson, 2006, s. 229



Organisationer av lobbykaraktär arbetar med samt utvecklar de system och förväntningar som ställs på företagen kring CSR. Av denna anledning kan man säga att fondförvaltarna påverkas av dessa organisationer. En del av pengarna i dessa organisationer kommer bland annat från företag som valt att stödja deras verksamhet. Ett exempel på detta är när grundarna till det glasstillverkande företaget Ben & Jerry övertalade det uppköpande företaget Unilever att vid förvärvet avsätta pengar till antiglobaliseringsaktivister, riskkapitalstiftelser, nystartade etiska verksamheter samt till grupper som arbetar för social förändring.<sup>41</sup> Då detta inte är ett uttalat sätt för företagen att utöva påtryckning på dessa organisationer så är det hur som helst ett sätt att skapa goodwill för det givande företaget. Ytterligare sätt för företagen att framställa sig själva med en mer positiv framtoning är att donera pengar och produkter eller tjänster till exempelvis katastroftillfällen eller organisationer vilka engagerar sig i frågor med barn.

De flesta fondförvaltare väljer att exkludera vissa branscher i sin helhet med utgångspunkt i att de på något sätt bryter mot de kriterier som man ställt upp. Den fråga som då måste ställas är om dessa kriterier är rättvisa i sin tillämpning eller om de genom sin fyrkantighet utesluter företag som faktiskt också genom sin verksamhet bidrar till ett bättre samhälle. Ett exempel på bransch som inte finns med i fondernas portföljer är vapenindustrin. Detta med argument som t.ex. att vapen tillverkas med syfte att döda människor. Men samtidigt använder demokratier runt om i världen vapen för att genom sitt nationella försvar skydda sitt lands gränser och sina invånare. När det gäller energiproduktion används fossila bränslen för att förse våra samhällen med den elström som behövs för att vi skall kunna leva våra liv så som vi gör idag. Tillverkare av teknik som används inom många olika områden som anses som viktiga och etiskt försvarbara kan samtidigt i sin produktion också producera sådant som anses som oetiskt och blir genom det uteslutna från de etiska fondernas listor. Ytterligare ett exempel på detta är medicinska tester utförda på djur vilka möter högljudda protester från bland annat djurrättsaktivister, dock får man här ha i bakhuvudet att denna forskning kan leda den medicinska utvecklingen framåt och i förlängningen rädda liv. Med denna bakgrund kan man fråga sig om kriterierna är riktiga och tillämpningarna rättvisa.<sup>42</sup>

På det etiska området finns det nischade fonder som tar hänsyn till specifika gruppers värderingar, till exempel religiösa grupperingar. Några av dessa grupper argumenterar mot investeringar i tillverkning av preventivmedel eller företag som tillhandahåller utrustning och

---

<sup>41</sup> Karlsson, 2006, s. 45

<sup>42</sup> Karlsson, 2006, s. 272

tjänster rörande aborter. Återigen belyses att etik ofta kan te sig subjektivt och det som är etiskt försvarbart för en konsument eller investerare behöver inte gälla för den andre.

## 5.5 Förmedlingsprocessen

I en analys av vår empiri genom en sammanställning med hjälp av kodning har vi funnit att det föreligger en skillnad mellan etiska och oetiska företag i deras förmedling av socialt ansvar. Vi har valt granska skillnaden mellan dessa grupper genom att titta på olika variabler. Dessa är dels antalet redovisade sidor av total textmängd men också förekomsten av nyckelord förknippad med CSR.

Antalet sidor i årsredovisningarna har ökat överlag i jämförelse mellan åren 2000 och 2005, detta oberoende av gruppstillhörighet. Vi har funnit i vår analys av årsredovisningarna att andelen skrivet material rörande ämnet CSR är större för de företag som vi valt att rubricera som oetiska. Detta gäller även över tiden. Detta innebär att andelen skrivna sidor om CSR i snitt är högre än de för de etiska. Dock förefaller det som att skillnaden har minskat något under perioden. De oetiska företagen redovisar alltså både för år 2000 samt 2005 en större andel CSR relaterat material. Detta gäller i förhållande till mängd men även till faktiskt antal sidor i årsredovisningen. Skillnaden mellan de oetiska och etiska företagen minskar när det gäller antal faktiskt skriva sidor om CSR.

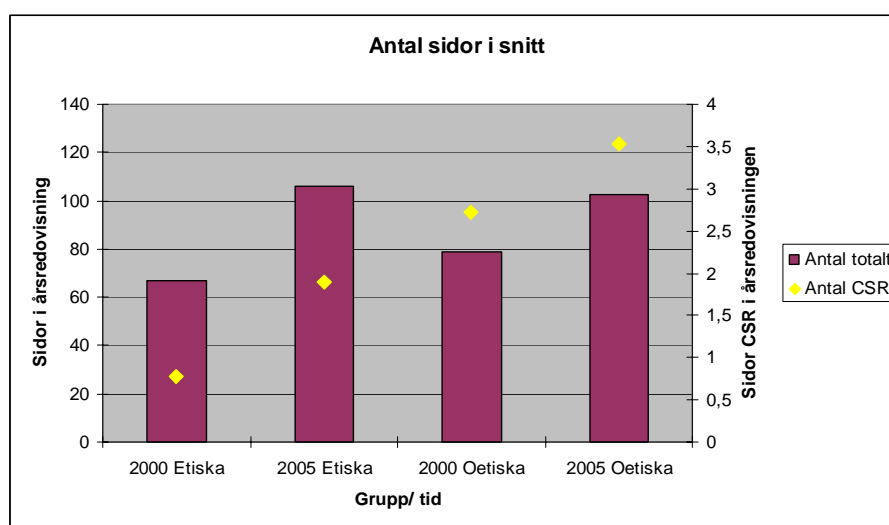


Diagram 2. Antal totala sidor i årsredovisningen i snitt

## **5.6 Tidsaspekten**

Fenomenet CSR har vuxit explosionsartat på senare tid. Allteftersom samhället har ställt större krav på företagen växer innehållet i det begrepp vi idag känner som CSR. Från att inledningsvis lägga tyngden på miljön och de anställdas välmående rör sig trenden mot ett mer omfattande samhällsansvar. I vårt insamlade material, se bilaga, kan vi urskilja en markant skillnad mellan året 2000 respektive år 2005. Vi har funnit att i princip de flesta företagen idag också berör ämnet anställda i sin årsredovisning i lika stor utsträckning som företagen förmedlade sitt miljöansvar år 2000. Detta medför att de mest omskriva delarna i dagens årsredovisningar är miljö samt anställda.

Redan i årsredovisningarna år 2000 fann vi en vilja från företagens sida att verka för mänskliga rättigheter. Idag kan vi se att denna vilja som fanns år 2000 i många företag blivit verklighet. Uppskattningsvis har antalet företag vilka verkar för detta fördubblats till antalet. I samband med denna ökning kan vi se en ökning under motsvarande period av antalet företag som tillhör någon organisation/index eller som är certifierade. Många av dessa ställer som ett av sina krav att berörda företag skall agera i linje med upprätthållning av mänskliga rättigheter. Ytterligare en växande trend från företagens sida är att år 2005 i större utsträckning finnas på plats samt ge bidrag vid till exempel katastrofsituationer men även att medverka i mer långsiktiga projekt. Trots att årsredovisningen är ett bra instrument att förmedla information till aktieägare och andra intressenter har man ökat användningen av Internet i den mening att hänvisningar till externa källor rörande CSR i årsredovisningen ökat. I takt med att man skriver längre årsredovisningar finner vi att företagen också valt att i detalj beskriva mer om sitt sociala ansvar i externa källor vilka hänvisas till i redovisningarna.

I takt med att globaliseringen ökar och att företagen verkar på en mer omfattande internationell marknad borde man återfinna en beskrivning i årsredovisningarna för hur företagen tacklar problemet med korruption. Främst naturligt för de företag vilka har fabriker eller leverantörer förlagda i u-länder. Det vi har funnit i vår empiri är att det har skrivits väldigt lite om korruption samt att förmedlingen av detta ökat högst marginellt under undersökningsperioden.

I vårt empiriska material kan vi se en tydlig skillnad i antal skrivna sidor i årsredovisningen. Trenden visar på att årsredovisningarna växer i antalet sidor. Detta gäller även de sidor som berör ämnet CSR då också dessa har ökat i antal under perioden 2000 till 2005.

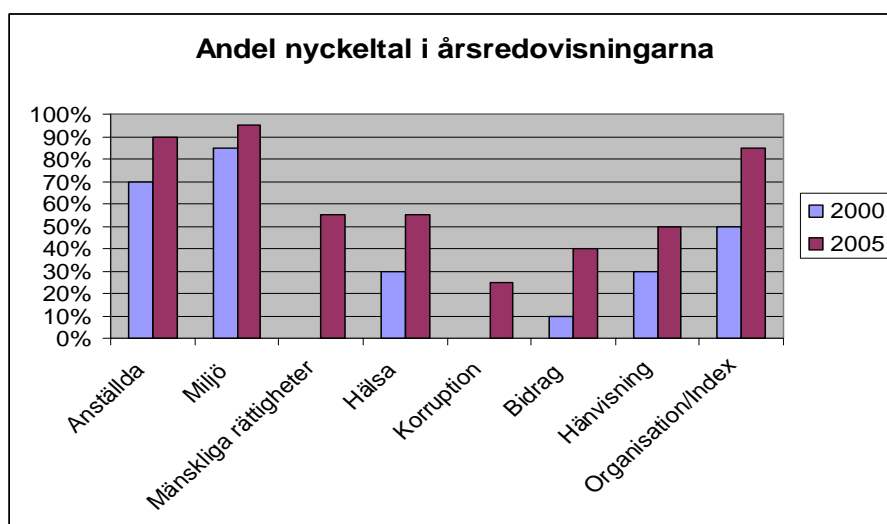


Diagram 3. Nyckeltal

## 6 Slutsatser

*I detta avsnitt har vi för avsikt att utföra en återkoppling till vårt inledande syfte med uppsatsen. Vidare vill vi förklara innebörden av vårt framkomna resultat i avsnittet för analys samt dra slutsatser utifrån denna. Avslutningsvis ger vi förslag på fortsatt forskning samt ett slutgiltigt resonemang kring vad som skall betecknas som etiskt och oetiskt.*

### 6.1 Återkoppling till syftet

I vårt syfte frågade vi oss om det finns någon skillnad mellan etiska och oetiska företag när det gäller redovisningen av sitt arbete inom CSR. I vår analys har vi granskat materialet från vår empiri och bearbetat detta till ett begripligt underlag för diskussion. Av underlaget framkom att det existerar en skillnad. En ytterligare aspekt i syftet var att besvara frågan om huruvida företagen använder sig av årsredovisningen för att förmedla en mer eller mindre omfattande beskrivning av sitt sociala arbete och genom detta belysa de positiva aspekterna i verksamheten och överskugga de negativa. Den skillnad vi fann var att de oetiska företagen förmedlade en mer omfattande bild av sitt sociala ansvarstagande. Det avslutande syftet var att försöka finna belägg för om företagens rapportering varierar med tiden och om denna följer någon trend. I vårt material finner vi att CSR utvecklats med tiden och att det förefaller som om innehållet i CSR begreppet följer en trend i företagens rapportering.

### 6.2 Diskussion

Skillnaden vi har funnit mellan oetiska och etiska företag i fråga om förmedlingen av socialt ansvarstagande är att de oetiska tenderar att lämna ett större utrymme för detsamma i sin årsredovisning. Enstaka företag kan avvika från gruppen men då uppsatsens syfte är att jämföra gruppernas beteende har vi valt att se helheten och inte närmre redogöra för dessa. Antalet sidor i årsredovisningarna har ökat mellan våra undersökningpunkter för båda kategorierna av företag och det förefaller som att de följs åt i fråga om antalet sidor.

En tänkbar anledning till att oetiska företag har en mer omfattande redovisning av socialt ansvar är att de vill kompensera för de negativa konsekvenser som deras verksamhet kan

antas ha på samhället. De företag som anses som etiska har inte samma press på sig från sina intressenter men på dagens marknad kan en förmedling av ett socialt ansvar ses som en långsiktig konkurrensfördel vilket ger även de etiska företagen ett incitament att tillämpa men också att redovisa CSR i större utsträckning än vad man tidigare behövt. En fördel med att redovisa ett socialt ansvar ligger således i konkurrensfördelen, vidare kan fördelen tänkas ligga i att de mer negativa aspekterna av verksamheten glöms bort eller förlåts av konsumenten. Enligt tidigare nämnd undersökning av Edelman StrategyOne Survey skulle kunden förlåta företaget om de blev inblandade i någon form av skandal förutsatt att de aktivt arbetat med socialt ansvarstagande. En nackdel med CSR är att detta medför merkostnader för företagen och om man inte tillämpar detta så råder det en generell uppfattning bland företag att detta skulle innebära en konkurrensnackdel.

Vidare har vi undersökt förekomsten av vissa begrepp och nyckelord som vi knutit till CSR och socialt ansvar vilka finns beskrivna i avsnittet för teori. Det avslutande syftet i vår uppsats var att finna ett belägg för en trend när det gäller förekomsten av definierade begrepp i årsredovisningarna sett ur ett tidsperspektiv. År 2000 var de vanligast förekommande begreppen hos samtliga undersökta företag i första hand miljö och därefter anställda. Detta beror förmodligen på en allt större medvetenhet inom miljöområdet hos allmänheten vilken under en relativt lång tid varit aktuell. Ett tecken på detta är miljöorganisationers ökade aktivitet, exempelvis Greenpeace. I och med detta förklaras vår höga frekvens av förekomsten av begreppet miljö hos utvalda företags årsredovisningar. Under lång tid har Sverige och övriga västvärlden haft en arbetsmarknad med människor vilka besitter en relativt hög utbildningsnivå och kompetens. Detta kan tänkas medföra att de anställda i större utsträckning känner till sitt eget värde och kräver genom detta ett större medbestämmande samt bättre förhållanden på arbetsplatsen. Organisationer vilka påverkat arbetslivet i denna riktning kan också vara fackföreningar och organisationer av ideell art vilka arbetar för jämställdhet. Då marknaden har globaliserats kan anställda jämföra sin arbetssituation med motsvarande i andra länder och därmed hålla sig informerad om vad man kan förvänta sig av sin arbetsgivare.

Under vår undersökningsperiod ser vi en markant ökning av begreppet mänskliga rättigheter vilket är en fördubbling under femårsperioden år 2000 till 2005. Detta kan förklaras av att avståndet till omvärlden minskas genom att informationsflödet ökat tack vare den högteknologiska utvecklingen som har förenklats kommunikationen mellan världens olika

delar. Detta bidrar till att världen blivit mer transparent och de kränkningar av mänskliga rättigheter och de förhållanden vilka råder världen över lättare observeras av företagens kunder i i-länderna. Ett exempel på detta är att H&M har ertappats med att importera produkter från leverantörer i tredje världen som inte tillgodoser sina anställdas behov i fråga om arbetsmiljö och skälig ersättning men också i vissa fall använt sig av barnarbetare.

Angående tidigare nämnd informationsteknologi används denna också i företagens förmedling av sitt sociala ansvar i form av hänvisningar till externa källor, från årsredovisningen, i form av uppförandekoder och som i särskilda avsnitt mer ingående redogör för ämnet CSR. Denna företeelse har ökat något men vi finner fortfarande årsredovisningen att vara det primära verktyget med vilket företagen förmedlar sitt sociala ansvarstagande.

Begreppet hälsa ökar i förekomsten marginellt under perioden och en anledning till detta kan vara att intressenterna till företagen idag ställer större krav på att bli informerade om slutproduktens påverkan på dem själva och sin omgivning. Trenden tyder därmed på en ökad medvetenhet hos i första hand konsumenten.

Avslutningsvis tittar vi på de begrepp som troligtvis kan höja och stärka företagens varumärken och anseende. Detta kan ske genom att företagen stödjer organisationer i världen som sysslar med att förbättra situationen för människor och miljön. Detta görs då genom donationer av pengar eller produkter. Ytterligare ett sätt med vilket man kan förbättra företagens varumärken kan vara genom att företagen förbinder sig att följa regler och rekommendationer som ställts upp av organisationer och index vilka verkar för att verksamheten hos dessa företag skall vara etisk och hållbar. Förekomsten av dessa företeelser i företagens redovisningar har ökat under perioden.

### **6.3 Avslutande kommentarer**

Vid en första anblick kan skillnaden mellan vad som är etiskt och oetiskt te sig ganska självklar. Man finner ganska snabbt att det är mer problematiskt än vad första intrycket gav upphov till. Frågan är vems moral och etik som skall utgöra normen vid definitionen av vad CSR innebär i praktiken. Exempelvis är kyrkans ställning när det gäller abort och preventivmedel allmänt känd och med detta som bakgrund skulle deras etik och moral kunna föranleda oss att till exempel exkludera företag vilka tillhandahåller dessa produkter eller tjänster.<sup>43</sup> Vidare skiljer sig uppfattningen, som vi tidigare nämnt, mellan organisationer och fondförvaltare som profilerar sig som etiska. Att en etisk fondförvaltares kriterier skiljer sig avsevärt från den andras underlättar inte förståelsen för begreppet CSR. Inte heller forskningen i området ger en specifik definition.

Exempel på bedömningar i verkligheten är huruvida vapenproducenter ska ses som oetiska, dessa vapen kan förvisso användas för att förtrycka människor men samtidigt också användas för att skydda länders suveränitet och dess medborgares demokratiska rättigheter. Ytterligare avvägningar blir nödvändiga då vi i vårt samhälle vant oss vid en standard som inkluderar flygresor med den miljöeffekt som det för med sig men också elektrisk energi som lyser upp och värmer våra bostäder. Vi befinner oss således i ett dilemma där vår standard och komfort står mot en hållbar utveckling i världen. Företagen spelar en avgörande roll för att uppnå ett bättre jämviktsförhållande mellan dessa och det vi lyckats påvisa i denna uppsats är att företagen idag ger bilden av att ta ett större långsiktigt socialt ansvar.

### **6.4 Förslag till fortsatt forskning**

I detta avsnitt ger vi förslag på fortsatt forskning som baserar sig på tankar som uppkommit under arbetet med denna uppsats. Några av dessa förslag grundar sig i våra avgränsningar i fråga om tid och resurser. Andra på att de ligger för långt utanför det syfte och den problemställning denna uppsats utgår ifrån.

---

<sup>43</sup> Karlsson, 2006, s. 243



- ❖ Att undersöka om brister inom området CSR hos företagen är korrelerade med aktiekursen. Alltså om en CSR relaterad skandal efterföljs av en kursnedgång eller om aktiekursen är okänslig för detta.
- ❖ Under arbetets gång har vi läst om förekomsten av fondförvaltare som i motsats med KPA och Banco väljer att investera i oetiska branscher. Idag förefaller dessa inte vara lika vanliga som tidigare och anledningen till detta skulle vara av intresse att utreda vidare.
- ❖ I vår kontakt med fondförvaltarna Banco och KPA via deras hemsidor framgår en tydlig skillnad i placeringskriterier. Intressant vore att följa upp vad som ligger bakom respektive fondförvaltares beslut kring sina portföljinnehav. Speciellt då ett fondbolag väljer att exkludera ett företag medan ett annat fondbolag inkluderar det.
- ❖ Ytterligare förslag till fortsatt forskning vore att, vilket tidigare diskuterats i uppsatsen, undersöka de bakomliggande faktorerna till privatpersoners, företags och offentliga institutioners val av ekonomisk karaktär från ett etiskt perspektiv.

## 7 Referenser

### 7.1 Böcker

Bryman, Alan & Bell, Emma, *Företagsekonomiska forskningsmetoder*, Liber AB (Malmö 2005)

Brytting, Tomas, *Företagsetik*, Liber AB (Malmö 2005)

Karlsson, Kristian, *Avlatsindustrin. Etik i fonder och företag*, Timbro förlag (Stockholm 2006)

Lewis, Alan & Wärneryd, Karl-Erik, *Ethics and Economic Affairs*, Routledge (London, UK, 1994)

### 7.2 Artiklar

Donaldson, Thomas & Preston, Lee E., "The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence and Implications, Academy of Management (1995)

Valor, Carmen, "Corporate Social Responsibility and Corporate Citizenship: Towards Corporate Accountability", Blackwell Publishing (Malden, USA, 2005)

### 7.3 Övriga källor

<http://sv.wikipedia.org/wiki/kapitalism>

<http://sv.wikipedia.org/wiki/CSR>

Loenberg, Kerstin, "Bankernas etiska fonder är inte så etiska", 2005,  
<http://www.sesam.nu/modules.php?name=Artikel&id=5193>

<http://www.thecsrgroup.com/expertise/csr.html>

<http://www.iso.org/iso/en/aboutiso/introduction/index.html#three>

[www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org)

[www.ftse.com](http://www.ftse.com)

[www.ftse.com/Indices/FTSE4Good\\_Index\\_Series/index.jsp](http://www.ftse.com/Indices/FTSE4Good_Index_Series/index.jsp)

<http://www.global100.org/what.asp>

<http://www.sustainability-indexes.com>

Cromee, Shauna, "Socially (Ir)responsible Mutual Funds", 2003,  
<http://www.investopedia.com/articles/mutualfund/03/031903.asp>

"*UD blundade för korruptionen i Irak*", 2006,  
<http://www.di.se/Nyheter/?page=%2fAvdelningar%2fArtikel.aspx%3fArticleID%3d2006%5c11%5c28%5c212020%26words%3datlas%2ccopco%26SectionID%3dEttan%26menusection%3dStartsidan%3bHuvudnyheter>

Jonsson, Jonas, *Atlas Copco-anställda ger världen rent vatten*, 2006,  
<http://www.di.se/Nyheter/?page=%2fAvdelningar%2fArtikel.aspx%3fArticleID%3d2006%5c11%5c14%5c210093%26words%3datlas%2ccopco%26SectionID%3dEttan%26menusection%3dStartsidan%3bHuvudnyheter>

*Börsbolaget G&L Beijer i miljötrubbel*, 2006,  
<http://www.di.se/Nyheter/?page=%2fAvdelningar%2fArtikel.aspx%3fArticleID%3d2006%5c08%5c25%5c198751%26words%3dbeijer%26SectionID%3dEttan%26menusection%3dStartsidan%3bHuvudnyheter>

Tideström, Karin, "Assa Abloy kritik för otillåtna kemikalier", 2006,  
<http://www.dn.se/DNet/jsp/polopoly.jsp?a=529859>

Carlström, Carina, "Jultröjorna görs av barn", 2006, <http://expressen.se/index.jsp?a=795489>

Wingborg, Mats, *Blågula bolag bovar utomlands*, 2006,  
[http://ekonominyheterna.se/attention/magasin/2006/7/blagula\\_bolag\\_bovar\\_utoml/index.xml](http://ekonominyheterna.se/attention/magasin/2006/7/blagula_bolag_bovar_utoml/index.xml)

*Hållbar sjöfart och flygtrafik*, 2005,  
[http://mp.se/templates/Mct\\_78.aspx?avdnr=12320&number=69275](http://mp.se/templates/Mct_78.aspx?avdnr=12320&number=69275)

[http://www.lfv.se/templates/LFV\\_InfoSida\\_70\\_30\\_\\_\\_\\_40935.aspx](http://www.lfv.se/templates/LFV_InfoSida_70_30____40935.aspx)

## Bilaga

År 2000	Anställda	Miljö	Mänskliga rättigheter	Hälsa	Korruption	Bidrag	Hänvisning	Organisation/Index
Ericsson	N	J	N	N	N	N	J	J
Telia Sonera	N	J	N	N	N	N	J	N
Getinge	J	J	N	N	N	N	N	N
Axfood	J	N	N	J	N	N	N	N
Astra Zeneca	J	J	N	N	N	J	J	J
Höganäs (01')	J	J	N	N	N	N	N	J
Beijer	N	J	N	N	N	N	N	J
Atlas Copco	J	J	N	N	N	N	N	J
Axis	J	N	N	N	N	N	N	N
Electrolux	N	J	N	N	N	N	N	J
Cherry	N	N	N	J	N	N	N	N
Vin & Sprit	J	J	N	J	N	N	N	N
LP AB	J	J	N	N	N	J	J	N
SAAB	J	J	N	N	N	N	J	N
Swedish Match	J	J	N	N	N	N	N	J
Assa Abloy	J	J	N	N	N	N	N	J
H & M	J	J	N	J	N	N	N	N
Sandvik	J	J	N	N	N	N	N	J
SAS	J	J	N	J	N	N	N	N
Volvo	N	J	N	J	N	N	J	J
Andel "Ja"	70%	85%	0%	30%	0%	10%	30%	50%

Tabell 1. Förekomsten av begrepp i årsredovisningar för år 2000

År 2005	Anställda	Miljö	Mänskliga rättigheter	Hälsa	Korruption	Bidrag	Hänvisning	Organisation/Index
Ericsson	J	J	J	J	J	J	J	J
Telia Sonera	J	J	J	N	N	J	J	J
Getinge	J	J	J	N	N	N	N	N
Axfood	J	J	J	J	J	N	N	J
Astra Zeneca	J	J	N	J	N	J	J	J
Höganäs (01')	J	J	N	N	N	N	N	J
Beijer	N	J	N	N	N	N	N	(J)
Atlas Copco	J	J	J	N	J	J	J	J
Axis	J	J	N	N	N	N	N	J
Electrolux	J	J	N	J	N	N	N	J
Cherry	N	N	N	J	N	N	N	J
Vin & Sprit	J	J	N	J	N	N	J	J
LP AB	J	J	N	N	N	J	J	N
SAAB	J	J	J	N	N	N	J	J
Swedish Match	J	J	J	J	N	J	J	J
Assa Abloy	J	J	J	J	N	N	N	N
H & M	J	J	J	J	N	J	J	J
Sandvik	J	J	N	N	N	N	N	J
SAS	J	J	J	J	J	J	N	J
Volvo	J	J	J	J	J	N	J	J
Andel "Ja"	90%	95%	55%	55%	25%	40%	50%	85%

Tabell 2. Förekomsten av begrepp i årsredovisningar för år 2005

Etiska, år 2000	Anställda	Miljö	Mänskliga rättigheter	Hälsa	Korruption	Bidrag	Andel CSR	Totalt antal sidor	Sidor med text om CSR
Ericsson		0,83%					0,83%	60	0,498
Telia Sonera		0,42%					0,42%	60	0,252
Getinge	0,45%	1,79%					2,24%	56	1,2544
Axfood	0,35%				0,69%		1,04%	48	0,4992
Astra Zeneca	0,55%	0,51%					1,06%	136	1,4416
Höganäs(01')		1,81%					1,81%	59	1,0679
Beijer		0,83%					0,83%	40	0,332
Atlas Copco	0,66%	1,32%					1,98%	88	1,7424
Axis							0,00%	44	0
Electrolux		0,96%					0,96%	76	0,7296
Antal sidor i genomsnitt								66,7	0,78171

Tabell 3. Andel text på ämnet CSR samt beräknat genomsnitt för år 2000

Oetiska, år 2000	Anställda	Miljö	Mänskliga rättigheter	Hälsa	Korruption	Bidrag	Andel CSR	Totalt antal sidor	Sidor med text om CSR
Cherry (01')				3,85%			3,85%	52	2,002
Vin & Sprit	0,15%	0,93%		0,19%			1,27%	108	1,3716
LP AB (01')	1,14%	0,38%				2,27%	3,79%	45	1,7055
SAAB	3,38%	3,75%					7,13%	80	5,704
Sandvik	1,19%	2,38%					3,57%	84	2,9988
Swedish Match	1,56%	1,56%					3,12%	64	1,9968
Assa Abloy	0,63%	2,19%					2,82%	80	2,256
H & M	1,92%	2,88%		0,96%			5,76%	52	2,9952
SAS	1,90%	2,12%		0,33%			4,35%	112	4,872
Volvo		0,89%		0,27%			1,16%	112	1,2992
Antal sidor i genomsnitt								78,9	2,72011

Tabell 4. Andel text på ämnet CSR samt beräknat genomsnitt för år 2000

Etiska, år 2005	Anställda	Miljö	Mänskliga rättigheter	Hälsa	Korruption	Bidrag	Andel CSR	Totalt antal sidor	Sidor med text om CSR
Ericsson	0,82%	0,12%		0,12%			1,06%	142	1,5052
Telia Sonera	0,67%	0,48%					1,15%	104	1,196
Getinge	0,28%	0,56%					0,84%	90	0,756
Axfood	1,94%	1,33%	0,50%	1,11%			4,88%	90	4,392
Astra Zeneca	0,42%	0,42%					0,84%	164	1,3776
Höganäs(01')	0,83%	1,67%					2,50%	96	2,4
Beijer		0,50%					0,50%	64	0,32
Atlas Copco	0,60%	1,25%	0,32%		0,16%	0,40%	2,73%	124	3,3852
Axis	1,21%	1,06%					2,27%	66	1,4982
Electrolux	0,41%	1,11%		0,16%			1,68%	122	2,0496
Antal sidor i genomsnitt								106,2	1,88798

Tabell 5. Andel text på ämnet CSR samt beräknat genomsnitt för år 2005

Oetiska, år 2005	Anställda	Miljö	Mänskliga rättigheter	Hälsa	Korruption	Bidrag	Andel CSR	Totalt antal sidor	Sidor med text om CSR
Cherry (01´)							0,00%	76	0
Vin & Sprit	1,11%	1,13%		1,00%			3,24%	90	2,916
LP AB (01´)	0,47%	0,47%				0,29%	1,23%	85	1,0455
SAAB	1,61%	1,61%	0,20%				3,42%	124	4,2408
Sandvik	1,09%	1,90%					2,99%	92	2,7508
Swedish Match	1,02%	0,97%		0,97%		0,26%	3,22%	98	3,1556
Assa Abloy		0,71%	0,48%	0,19%			1,38%	105	1,449
H & M	1,47%	2,21%	2,94%	0,37%		0,18%	7,17%	68	4,8756
SAS	1,57%	3,31%	0,35%	1,33%		0,16%	6,72%	124	8,3328
Volvo	0,46%	2,30%		1,23%			3,99%	162	6,4638
Antal sidor i genomsnitt								102,4	3,52299

Tabell 6. Andel text på ämnet CSR samt beräknat genomsnitt för år 2005