



LUNDS UNIVERSITET
Ekonomihögskolan

Företagsekonomiska institutionen

FEKH69

Examensarbete i redovisning på kandidatnivå

VT 2016

Varför hållbarhetsredovisar elhandelsbolag som inte omfattas av lagkrav?

En studie av hållbarhetsredovisningar hos svenska elhandelsbolag

Författare:

Jasaman Alinazari

Sanna Kalid

Nina Larsson

Handledare:

Anna Glenngård

Innehållsförteckning

SAMMANFATTNING	4
1. INLEDNING	6
1.1 BAKGRUND	6
1.2 PROBLEMATISERING OCH FRÅGESTÄLLNINGAR	10
1.3 STUDIENS SYFTE	11
1.4 TIDIGARE STUDIER.....	11
1.5 AVGRÄNSNING.....	12
1.6 DISPOSITION.....	13
2. METOD	14
2.1 ÖVERGRIPANDE LITTERATURGENOMGÅNG.....	14
2.2 FORSKNINGANSATS	15
2.3 ÖVERSIKT.....	16
2.4 FLERFALLSTUDIE.....	18
2.4.1 Urval.....	18
2.4.2 Respondenter	19
2.4.3 Intervjuer.....	20
2.5 METODKRITIK.....	20
2.5.1 Validitet.....	20
2.5.2 Reliabilitet.....	21
2.5.3 Replikerbarhet.....	22
3. STUDIENS REFERENSRAMAR	23
3.1 STUDIENS PRAKTISKA REFERENSRAM	23
3.1.1 GRI.....	23
3.1.2 Lagförslaget.....	24
3.2 STUDIENS TEORETISKA REFERENSRAM	25
3.2.1 Val av teoretisk utgångspunkt.....	25
3.2.2 Intressentteorin	25
3.2.3 Legitimitetsteorin	27
3.2.4 Institutionell teori.....	29
3.3 FÖR- OCH NACKDELAR MED VALT TEORETISKT PERSPEKTIV.....	30
3.4 SAMMANFATTNING OCH TILLÄMPNING AV ANALYSMODELLER	31
3.4.1 Förekomsten av hållbarhetsredovisningar hos elhandelsbolag	31

3.4.2 Varför upprättar elhandelsbolag frivilligt hållbarhetsredovisning?.....	32
4. RESULTAT	34
4.1 FÖREKOMSTEN AV HÅLLBARHETSREDOVISNINGAR HOS ELHANDELSBOLAG	34
4.2 FLERFALLSTUDIE - VARFÖR FRIVILLIG HÅLLBARHETSREDOVISNING?.....	37
4.2.1 Sala-Heby Energi AB.....	37
4.2.2 Skellefteå Kraft AB	40
4.2.3 Umeå Energi AB.....	42
4.2.4 Sammanfattning av flerfallstudier	46
5. ANALYS.....	47
5.1 FÖREKOMSTEN AV HÅLLBARHETSREDOVISNINGAR HOS ELHANDELSBOLAG	47
5.1.1 Elhandelsbolag som hållbarhetsredovisar.....	48
5.2 VARFÖR UPPRÄTTAR ELHANDELSBOLAG SOM INTE OMFATTAS AV NUVARANDE LAGKRAV HÅLLBARHETSREDOVISNING?.....	55
5.2.1 Intressentteorin	56
5.2.2 Legitimitetsteorin	58
5.2.3 Institutionell teori.....	60
5.3 SAMMANFATTNING AV ANALYS.....	63
6. DISKUSSION OCH SLUTSATSER.....	66
6.1 DISKUSSION OCH SLUTSATSER	66
6.1.1 Förekomsten av hållbarhetsredovisningar hos elhandelsbolag och bakomliggande orsaker till detta	66
6.1.2 Varför upprättar elhandelsbolag som inte omfattas av nuvarande lagkrav hållbarhetsredovisningar?.....	67
6.2 STUDIENS TROVÄRDIGHET OCH KVALITET	69
6.3 REFLEKTIONER EFTER STUDIEN	70
6.4 FORTSATT FORSKNING	70
KÄLLFÖRTECKNING	71
BILAGOR.....	80

Förord

Vi vill först och främst rikta ett stort tack till Kenneth Mårtensson och Maria Karwonen på Sala-Heby Energi, Birgitta Pettersson på Skellefteå Kraft samt Henrik Bristav på Umeå Energi för att ni tagit er tid och varit tillmötesgående. Tack för att ni ställt upp och möjliggjort denna studie.

Vi vill även tacka vår handledare Anna Glenngård för all hjälp. Stort tack för visat engagemang och för värdefulla insikter.

Lund, 30 maj 2016

Alinazari, Jasaman

Kalid, Sanna

Larsson, Nina

Sammanfattning

Titel: Varför hållbarhetsredovisar elhandelsbolag som inte omfattas av lagkrav? - En studie av hållbarhetsredovisningar hos svenska elhandelsbolag

Seminariedatum: 3 juni 2016

Kurs: FEKH69, Examensarbete i redovisning på kandidatnivå, 15 högskolepoäng

Författare: Jasaman Alinazari, Sanna Kalid, Nina Larsson

Handledare: Anna Glenngård

Nyckelord: Hållbarhetsredovisning, elhandelsbolag, lagkrav, GRI-ramverk, intressentteori, legitimitetsteori, institutionell teori

Syfte: Syftet med studien är att undersöka förekomsten av hållbarhetsredovisningar hos svenska elhandelsbolag och bakomliggande orsaker till detta samt beskriva och analysera varför elhandelsbolag som inte omfattas av nuvarande lagkrav väljer att upprätta hållbarhetsredovisning.

Metod: Ett kvantitativt metodval har använts för att kartlägga förekomsten av hållbarhetsredovisningar på elmarknaden medan ett kvalitativt metodval har använts för att besvara frågorna varför, för vem och hur elhandelsbolag väljer att upprätta hållbarhetsredovisning. Då studien kännetecknas av en undersökande karaktär har främst en induktiv forskningsansats tillämpats.

Praktiska perspektiv: Det praktiska perspektivet består utav GRIs ramverk samt det kommande lagkravet för obligatorisk hållbarhetsredovisning.

Teoretiska perspektiv: Det teoretiska perspektivet består av intressentteori, legitimitetsteori och institutionell teori.

Empiri: I studiens empiridel visas de resultat som framkommit vid undersökningen av elmarknaden. Vidare framgår de resultat som framkommit vid intervjuerna med representanter från studiens tre fallföretag.

Slutsatser: Studien har utvisat att tolv elhandelsbolag frivilligt hållbarhetsredovisar. De anledningar som kunnat urskiljas till att elhandelsbolag frivilligt hållbarhetsredovisar är att hållbarhetsredovisningen ses som en konkurrensfördel, utgör en marknadsföringskanal, bidrar till öppenhet och utgör ett sätt att leva upp till de sociala förväntningarna som finns. Även företagskulturen och det sociala kontraktet med samhället utgör bakomliggande motiv.

Abstract

Title: Why do electricity trading companies not covered by the current legal requirements choose to establish sustainability reports? - A study of the existence of sustainability reports in Swedish electricity companies

Seminar date: June 3rd, 2016

Course: FEKH69, Business Administration: Bachelor Degree Project in Financial and Management Accounting Undergraduate Level, 15 credits

Authors: Jasaman Alinazari, Sanna Kalid, Nina Larsson

Advisor: Anna Glenngård

Key words: Sustainability reports, electricity trading companies, legal requirements, GRI-framework, stakeholder theory, legitimacy theory, institutional theory

Purpose: The purpose of the study is to examine the existence of sustainability reports among Swedish electricity trading companies and the underlying reasons for the existence of such reports and analyze why the electricity trading companies, that are not subject to the current legal requirements, choose to establish sustainability reports.

Methodology: A quantitative method has been used to survey the existence of sustainability reports on the electricity market while a qualitative method has been used to explain why, to whom and how the electricity trading companies establish sustainability reports. Since the study is of an investigatory character it is based on an inductive approach.

Practical perspectives: The practical perspective consists of the GRI framework and the forthcoming legal requirement for mandatory sustainability reporting.

Theoretical perspectives: The theoretical perspective consists of the stakeholder theory, legitimacy theory and institutional theory.

Empirical foundation: The empirical part of the study shows the results from the survey of the electricity market. Furthermore, this part of the study also shows the answers from the interviews, which were conducted with three electricity trading companies.

Conclusions: The study has shown that twelve electricity trading companies put up sustainability reports voluntarily. The reasoning behind the choice to establish sustainability reports is due to the view of sustainability reports as a competitive advantage, that they work as a marketing tool, contribute to openness and provides a way to live up to social expectations regarding sustainability. Even corporate culture and the inevitable social contract companies have with society are underlying reasons.

1. Inledning

Kapitlet inleds med en beskrivning av bakgrunden till studiens problemområde för att ge läsaren en djupare förståelse av hållbarhetsredovisningar hos elhandelsbolag. Vidare presenteras frågeställningarna och syftet som ligger till grund för studien samt vilka tidigare studier som har gjorts kring ämnet. Kapitlet avslutas med en redogörelse av vilka avgränsningar som har gjorts gällande vilka elhandelsbolag som omfattas samt en disposition för studien.

1.1 Bakgrund

De senaste åren har hållbarhetsfrågor fått alltmer uppmärksamhet i samhället och idag finns det ett stort intresse och ett ökat behov av att kunna bidra till en mer hållbar utveckling (Westermarck, 2013). Förenta Nationerna (FN) definierade genom Brundtlandkommisionen år 1987 hållbar utveckling som: ”en utveckling som tillfredsställer dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillfredsställa sina behov” (Regeringskansliet, 2013a, s.6). I begreppet hållbar utveckling inkluderas delarna: ekonomisk, social och miljömässig hållbarhet (Regeringskansliet, 2013b).

Vidare definierar Europeiska Unionen (EU) hållbart företagande som ”företagens ansvar för den egna verksamhetens påverkan på samhället” (Regeringskansliet, 2013b, s.6). För företagen innebär ett hållbart företagande att de ska bedriva sina verksamheter på ett sätt som gynnar den hållbara utvecklingen i samhället. Ett hållbart företagande handlar således om att integrera hållbarhetsfrågor i valet av strategi och styrning av företaget (Regeringskansliet, 2013b). Att hållbart bedriva ett företag innebär även att företaget har en policy gällande hållbarhetsfrågor, att företaget har en tydlig värdegrund samt har uppmärksammat och har kontroll över eventuella risker i värdekedjan. Samtidigt är det väsentligt att företaget är transparent med sin verksamhet och till följd av detta väljer att rapportera och kommunicera sina eventuella risker. Det är även viktigt att hålla en kontinuerlig dialog med de viktigaste intressenterna (Regeringskansliet, 2013a).

Ett sätt för företagen att kommunicera med sina intressenter och redogöra för sitt arbete med olika hållbarhetsfrågor är genom att upprätta en hållbarhetsredovisning (Regeringskansliet, 2013a). Syftet med hållbarhetsredovisning är att ge en bild av de redovisade resultaten gällande hållbarhet för en organisation (GRI, 2006). Hållbarhetsredovisningen visar vad organisationen har uppnått i sitt arbete mot en mer hållbar utveckling. Hållbarhetsredovisningen kan också användas av legitima eller institutionella skäl till att visa företagets påverkan gällande hållbar utveckling. Det vill säga hur verksamheten bidrar till eller strävar efter att förbättra ekonomiska, miljömässiga och sociala förhållanden. Den kan då också visa om de uppfyller intressenternas förväntningar inom dessa frågor (GRI, 2006).

Det har hänt mycket på hållbarhetsredovisningsfronten. Det har förts en hel del debatter kring frågan och en del kritik har framkommit. Vissa skeptiker menar att hållbarhetsredovisning är onödigt och kostar för mycket (Frostenson, Helin, & Sandström, 2015). Justitiedepartementet nämner i sin promemoria om hållbarhetsförslaget att kommissionen i sin konsekvensanalys uppskattat att kostnaden för att upprätta hållbarhetsredovisning ligger på mellan 600 och 4300 euro för varje företag per år (Ds 2014:45). Andra menar att hållbarhetsredovisning endast är en skönmålning av verksamheten. Vidare finns det skeptiker som påpekar att kravet på transparens kan leda till en minskad öppenhet då företaget endast väljer att redovisa det som motsvaras av transparenskravet (Frostenson, Helin, & Sandström, 2015). Samtidigt har det framkommit alltfler lagar och riktlinjer på området. I november år 2007 beslutade regeringen angående riktlinjer för extern rapportering för statligt ägda företag. En del av beslutet omfattade att hållbarhetsredovisningar skulle publiceras i samband med årsredovisningarna och upprättas enligt GRIs riktlinjer. I dessa ingår bland annat att redogöra för vilka hållbarhetsfrågor som är specifika för företaget och varför, samt redovisning av risker och möjligheter gällande hållbarhetsfrågor (Regeringskansliet, 2013a).

Den 1 juli 2016 väntas lagen om obligatorisk hållbarhetsredovisning träda i kraft i Sverige. Denna kommer i sådana fall omfatta stora företag och koncerner som uppfyller minst två av villkoren; över 250 anställda, en nettoomsättning på mer än 350 miljoner kronor och en balansomslutning på över 175 miljoner kronor. Även företag som är av allmänt intresse med över 250 anställda kommer omfattas. Lagändringen är baserad på Europaparlamentets och

rådets direktiv 2013/34/EU tillsammans med Europaparlamentets och rådets direktiv 2014/95/EU av den 22 oktober 2014 om ändring av direktiv 2013/34/EU. Hållbarhetsredovisningen ska omfatta icke-finansiell information, såsom miljö, sociala förhållanden, personal, respekt för mänskliga rättigheter och motverkande av korruption (Lennartsson, 2015).

Varje år gör revisionsbyrån KPMG en granskning av förekomsten av hållbarhetsredovisningar bland de 100 största företagen i utvalda länder. Granskningen för år 2015 omfattar 45 olika länder och 15 olika branscher (KPMG, 2015). Rapporten visar att de som ligger i framkant med att upprätta hållbarhetsredovisning också är de som bedriver mest förorenande verksamhet. Elbranschen tillhör den bransch som ligger på andraplats, efter gruvdriftsbranschen och före teknologi-, media- och telekommunikationsbranschen (TMT), bland de branscher som hållbarhetsredovisar mest (KPMG, 2015).

Till elmarknadens främsta aktörer räknas elproducenter, elnätsföretag, elkunder, elhandlare och elbörser. Till dessa räknas ibland även tillsynsmyndigheterna Energimarknadsinspektionen och Energimyndigheten (Energimarknadsinspektionen, 2016). Utav de tjänsteförseende aktörerna är det elproducenter och elhandelsföretag som bedriver konkurrensutsatt verksamhet medan elnätsbolagen fortfarande verkar under monopol (Lundberg, 2007). Detta beror på att elbranschen efter avregleringen år 1996 kännetecknas av en marknad där det skapats möjligheter för konkurrens inom elhandeln och elproduktionen och att konsumenter idag därmed har en möjlighet att själva välja elhandelsbolag (Energimarknadsinspektionen, 2014). Elproducenter är de som inom sina kraftanläggningar producerar el och därefter ger ut den på elnätet. De kan även välja att sälja sin el direkt till elhandelsföretag eller via den nordiska elbörsen, Nord Pool, vilket utgör handelsplatsen för fysisk elleverans (Energimarknadsinspektionen, 2016). De tre största elproducenterna, Vattenfall AB (Vattenfall), E:on Sverige AB (E:on) och Fortum Sverige AB (Fortum), producerade under år 2014 tillsammans 75 % av Sveriges totala elproduktion (Energimarknadsinspektionen, 2014). Elhandelsbolagen utgörs av de företag som köper in el från elproducenterna via elbörsen eller andra elhandelsbolag och sedan säljer vidare till elkunderna (Energimarknadsinspektionen, 2016). De tre största aktörerna inom

elhandelsförsäljning, Vattenfall, E:on och Fortum, stod år 2014 för 43 % av den totala elförsäljningen i Sverige, räknat till såld energimängd (Energimarknadsinspektionen, 2014). I Energimarknadsinspektionens rapport om Sveriges el- och naturgasmarknad från år 2014 framkommer det att det finns 123 stycken registrerade elhandelsbolag (Energimarknadsinspektionen, 2014). Deras källa utgör elpriskollen, vilket utgör ett oberoende prisjämförelseverktyg av alla elhandelsbolag, och i dagsläget uppgår sidans motsvarande siffra till 122 (Elpriskollen, n.d.).

Elmarknaden utgör en komplicerad marknad då den består av ett flertal aktörer. Ett exempel på komplexiteten är när ett energibolag inkluderar både elproduktion och elförsäljning samt elnät. I detta fall måste elnätsverksamheten som juridisk person hållas avskild från och redovisas separat från den övriga verksamheten. Detta beror på att elnätsverksamheten och dess intäkter står under tillsyn av Energimarknadsinspektionen till följd av elnätets monopolsituation. Dock finns det undantag från denna regel, till exempel om bolaget endast har för avsikt att täcka nätförluster eller ersätta utebliven el vid händelse av elavbrott (Energimarknadsinspektionen, 2014). Vidare är elmarknaden komplex på så sätt att ägarstrukturen och därmed vinstintresset skiljer sig åt. Enligt 2 kap. 7 § kommunallagen (1991:900) får kommuner och landsting driva näringsverksamhet “om den drivs utan vinstsyfte och går ut på att tillhandahålla allmännyttiga anläggningar eller tjänster åt medlemmarna i kommunen eller landstinget”.

Både år 2014 och år 2015 rapporterade branschföreningen Svensk Energi om låga elpriser och elbörsen spekulerar om att ytterligare låga priser är att vänta de närmsta åren (Svensk Energi, 2015). Detta innebär att det är en hård konkurrens om kunderna och med många bolag att välja mellan gäller det för företag att vara så attraktiva som möjligt (Elskling, 2015). Energimarknadsinspektionen har statistik på att elanvändningen i Sverige under år 2014 har varit den lägsta på 30 år. Det kan bero på att 2014 var ett rekordvarmt år vilket bidrog till att uppvärmningsbehovet minskade (Energimarknadsinspektionen, 2014). Den låga elanvändningen fortsatte även under år 2015 samtidigt som elproduktionen visade sig uppgå till den näst största årsproduktionen någonsin i Sverige (Andersson & Arvidsson, 2016).

Elmarknaden utgör en ständigt debatterad och kritiserad marknad. Till exempel utlovar ett flertal elhandelsbolag el från 100 % förnyelsebara källor genom sin ursprungsmärkning, vilket i vissa fall kritiserats som en sanning med modifikation (Jansson, 2013). Ur ett hållbarhetsperspektiv riktas mycket kritik mot de stora aktörerna på elmarknaden, såsom exempelvis Vattenfall och E:on (Ohlin, 2016; Ekman, 2015). I Sverige har företag inom elbranschen dock länge arbetat med miljöfrågor. De flesta elbolag i Sverige är certifierade för miljöledningsstandarden ISO 14 001. Denna standard säkerhetsställer att företaget arbetar med miljöfrågor på ett systematiskt sätt och alltid har som mål att minska sin miljöpåverkan (Svensk Energi, 2016). Hur stor andel av elhandelsbolagen som hållbarhetsredovisar verkar dock vara oklart, då det saknas övergripande statistik.

1.2 Problematisering och frågeställningar

Idag råder det en ökad medvetenhet om de hållbarhetsproblem som finns i världen. Detta har bidragit till en ökad mängd påtryckningar gällande hållbarhetsfrågor från intressenter samt att en mer omfattande lagstiftning har införts. Hållbarhetsredovisning utgör dock en nämnvärd kostnad och vinsten med den är, än idag, i många fall oklar. Trots det väljer vissa företag ändå att frivilligt upprätta dem. I dagsläget finns det olika krav på statliga och icke-statliga företag gällande hållbarhetsredovisning, då statliga företag måste hållbarhetsredovisa medan det är frivilligt för icke-statliga företag. På den svenska elmarknaden finns det idag dock ett antal aktörer som, trots att de inte omfattas av nuvarande lagstiftning, ändå väljer att upprätta hållbarhetsredovisning. Som nämnts i bakgrunden saknas det även idag en heltäckande bild av vilka svenska elhandelsbolag som upprättar hållbarhetsredovisning. Ovanstående resonemang mynnar ut i de frågeställningar som framgår nedan.

- Hur stor andel av elhandelsbolagen i Sverige upprättar hållbarhetsredovisning och vilka bakomliggande orsaker finns det till detta?
- Varför väljer elhandelsbolag som inte omfattas av nuvarande lagkrav att hållbarhetsredovisa?
- Till vem eller vilka riktar elhandelsbolagen sin hållbarhetsredovisning?

1.3 Studiens syfte

Syftet med studien är att undersöka förekomsten av hållbarhetsredovisningar hos svenska elhandelsbolag och bakomliggande orsaker till detta samt beskriva och analysera varför elhandelsbolag som inte omfattas av nuvarande lagkrav väljer att upprätta hållbarhetsredovisning.

1.4 Tidigare studier

Likt syftet antyder syftar denna studie till att bidra till det rådande kunskapsläget gällande hållbarhetsredovisningar på elmarknaden samt varför de upprättas trots att lagkrav saknas. Ett flertal studier har gjorts som undersöker de bakomliggande anledningarna till varför företag väljer att upprätta hållbarhetsredovisning. Några anledningar som identifierats är ledarskap, regleringar, andra påtryckningar från externa intressenter samt varumärkesuppbyggnad (Nikolaeva & Bicho, 2011). Andra studier har upprättats i syfte att mer djupgående undersöka en specifik anledning. Dessa har då oftast inriktat sig på statens och regleringars betydelse vid upprättandet av hållbarhetsredovisning (Habek & Wolniak, 2015) eller hållbarhetsredovisningen som ett marknadsförings- och kommunikationsverktyg (Nikolaeva & Bicho, 2011). I sin globala studie från år 2010 undersökte Ralitza Nikolaeva och Marta Bicho, ur ett marknadsföringsperspektiv, särskilt den roll som institutionella påtryckningar spelar vid företags val att tillämpa hållbarhetsredovisning. De anledningar som visade sig vara särskilt framträdande för de 600 undersökta företagen var konkurrensutsatthet, media samt om företagen redan är involverade i hållbarhetsarbete i andra anseenden (Nikolaeva & Bicho, 2011). Gemensamt för dessa samtliga studier är att de har en kvantitativ karaktär och genom webb- och enkätundersökningar omfattat flera hundra företag.

Sett utifrån ett mer lokalt perspektiv har ett flertal svenska studier genomförts där icke-statliga företag som frivilligt hållbarhetsredovisar jämförts med statliga företag, som hållbarhetsredovisar enligt lag. Deras metod har, likt denna studie, ofta en kvalitativ karaktär och ett antal fallföretag, men skiljer sig åt på så sätt att de antingen är mer övergripande eller har en annorlunda inriktning. Gällande elbolag har några fallstudier gjorts och då främst om det statligt ägda Vattenfall. Dessa berör framförallt Vattenfalls praktiska arbete med deras

hållbarhetsarbete och huruvida detta arbete överensstämmer med deras uppsatta mål och information i deras hållbarhetsredovisning (Boberg & Reyes, 2011). Det förefaller som att främst den statliga delen av branschen varit av intresse, utifrån ett forskningsperspektiv. En liknande studie har gjorts som undersökte vad, varför och hur tre icke-statliga elhandelsbolag inom elbranschen hållbarhetsredovisade, där det strategiska urvalet av fallföretag baserades på ägarstruktur och storlek (Hjalmarsson & Juntorp, 2014). Förutom genomförda studier finns det även en del statistik som täcker den svenska elbranschen. Till exempel har MarketLine, tillhörande en av världens största publiceringsbyråer, gjort en omfattande undersökning där de undersökt den svenska elmarknaden men då främst dess marknadsvolym, köpkraft, konkurrenssituation och ledande aktörer. Dock nämns ingenting om antalet elhandelsbolag eller deras arbete med hållbarhetsredovisning (MarketLine, 2015). Det saknas därmed rikstäckande information som visar på hur elmarknaden i Sverige ser ut när det gäller hållbarhetsredovisning, varför vi därav anser att det är intressant att undersöka hur den ser ut i övriga, icke-statliga, elbolag. Vidare anser vi att det saknas en kvalitativ studie som undersöker elhandelsbolag som hållbarhetsredovisar men skiljer sig åt avseende flera parametrar samtidigt, såsom geografisk placering, omsättning, antal anställda, balansomslutning och ägarstruktur för att kunna dra mer generella slutsatser om elmarknaden.

1.5 Avgränsning

Studien är avgränsad till att endast omfatta elhandelsbolag och bortser därmed från elproducenter och elnätsbolag i de fall de inte kombinerar sin verksamhet med att bedriva elhandel. Vidare omfattar studien endast svenska bolag och bortser därmed från utländska aktörer vilka saknar svenska dotterbolag, såsom danska Dong Energy, som säljer el till den svenska marknaden. Därmed har exempelvis E:on och Fortum inkluderats, då dessa utgör svenska dotterbolag till utländska aktörer. För att göra en jämförelse på samma premisser har studien endast omfattat årsredovisningar från år 2014 för samtliga företag, då det saknas årsredovisningar för år 2015 hos vissa. Av den anledningen har elhandelsbolag som bildats år 2015, såsom Alltid AB, Stockholms Elbolag AB samt Svensk Energi och El AB (Selab), uteslutits då de inte har årsredovisningar för år 2014. Delaflera AB har också exkluderats då det, trots att det bildades år 2013, började sälja el först år 2016. Även elhandelsbolag som på sina hemsidor uppger organisationsnummer som inte verkar vara deras egna, då man på

Retriever Business istället hänvisas till ett annat elhandelsbolag, har exkluderats. Detta har exempelvis varit fallet för elhandelsbolag såsom 7HKraft, Bromölla El samt Herrljunga Kraft då man vid sökning på deras organisationsnummer på Retriever Business istället hänvisas till Billinge Energi AB respektive Krafringen Energi AB. Bolag som Ingetextra, vars organisationsnummer visar på en inaktiv verksamhet vid sökning på Retriever Business, har också uteslutits.

1.6 Disposition

Studiens metodkapitel inleds med en övergripande beskrivning av litteraturgenomgången för att få en inblick i hur populärt ämnet kring hållbarhetsredovisning är. Vidare beskriver kapitlet den forskningsansats som använts samt de urval som gjorts. För att besvara studiens forskningsfråga har både en kvantitativ och kvalitativ metod tillämpats. Slutligen omfattar kapitlet viss kritik mot metodvalet. I det tredje kapitlet redogörs det för en praktisk referensram, som består utav ramverket GRI och det kommande lagkravet. Vidare redogörs det även för den teoretiska referensramen bestående utav intressentteorin, legitimitetsteorin samt institutionell teori. Dessa referensramar anses vara relevanta för att kunna besvara forskningsfrågan. Även för- och nackdelar med vald teori presenteras samt en beskrivning av två analysmodeller vilka använts i studien för att underlätta genomgången av analysen. I fjärde kapitlet presenteras de resultat som framkommit av den kvantitativa undersökningen och därmed förekomsten av hållbarhetsredovisningar på den svenska elmarknaden. Vidare presenteras även studiens valda fallföretag som består av elhandelsbolagen Sala-Heby Energi AB, Skellefteå Kraft AB och Umeå Energi AB. I det femte kapitlet redogörs det för den analys som gjorts av resultatet från sammanställningen av samtliga elhandelsbolag som upprättar hållbarhetsredovisning samt de valda fallföretagen. Resultatet har analyserats med en koppling till både den praktiska och den teoretiska referensramen tillsammans genom två analysmodeller. I studiens sjätte och sista kapitel presenteras den diskussion och de slutsatser som framkommit av föregående kapitel. Vidare redogörs det i kapitlet för studiens trovärdighet och kvalitet samt de reflektioner som uppkommit efter studien. Kapitlet avslutas med förslag på framtida forskningsstudier.

2. Metod

I metodkapitlet presenteras det först en övergripande litteraturgenomgång kring hållbarhetsredovisningar för att öka förståelsen för studiens syfte och vilken forskningsansats som har använts i studien. Vidare motiveras metodvalet. Kapitlet redovisar även hur primär- och sekundärdata om elmarknaden har insamlats och avslutningsvis framförs kritik mot metoden.

2.1 Övergripande litteraturgenomgång

Syftet med studien grundar sig i ett intresse för hållbarhetsfrågor. Vid en sökning i databasen Business Source Complete på begrepp såsom CSR reporting, Social reporting och Sustainability reporting uppstod tusentals träffar. Det sökord som förekom oftast utgjorde Social Reporting vilket genererade 7689 stycken träffar. Detta tyder på ämnets popularitet och behovet av en tydlig avgränsning. I KPMGs rapport om hållbarhet tillhör elbranschen den kategori som hamnar på andraplats bland dem som hållbarhetsredovisar mest i världen, varför valet av population till studien föll på elmarknaden. Vid en ytterligare litteraturgenomgång konstaterades det att det fanns en brist på sammanställningar både gällande den svenska elmarknaden generellt men även mer specifikt förekomsten av hållbarhetsredovisning hos svenska elhandelsbolag. Vid sökning av Social Reporting i kombination med begrepp som Energy och Electric industries sjönk antalet träffar, men var i vissa fall fortsatt högt. Av tidsmässiga skäl gick endast den information som framgick av samtliga studiers rubriksättning, sammanfattning och nyckelord igenom. I de fall det visade sig att en studie hade koppling till denna studies syfte lästes den igenom mer noggrant för att utläsa metodval, resultat och förslag till ytterligare studier. De tidskrifter som publicerat de artiklar och studier som hittats har undersökts på Norska listan, vilket utgör en databas som rankar publicerade tidskrifter (NSD, 2016). Detta för att således utesluta studier som publicerats i tidningar med en låg ranking. Förutom internationellt publicerade rapporter gjordes även en genomsökning av svenska kandidatuppsatser för att på så sätt utesluta det faktum att en, i stort sett identisk studie, redan hade gjorts. I urvalet användes de databaser och sökord som framgår nedan.

Tabell 1. Litteraturgenomgång.

Databas	Sökord	Antal träffar
Libguides - Business Source Complete	Social reporting	7689
Libguides - Business Source Complete	CSR reporting	1436
Libguides - Business Source Complete	Sustainability reporting	2408
Libguides - Business Source Complete	Sustainability accounting	2284
Libguides - Business Source Complete	Social reporting + energy	165
Libguides - Business Source Complete	Social reporting + electric industries	30
Libguides - Business Source Complete	Social reporting + electricity trading companies	0
Lubsearch	Hållbarhetsredovisning	282
Lubsearch	Hållbarhetsredovisning + Vattenfall	19
Lubsearch	Hållbarhetsrapport + energi	3
Lubsearch	Hållbarhetsredovisning + elbolag	1
Lubsearch	Energibolag	56

2.2 Forskningsansats

Denna studie är både en kvantitativ och kvalitativ forskningsstudie då den undersöker både förekomsten av hållbarhetsredovisningar hos elhandelsbolag på marknaden samt beskriver och analyserar varför elhandelsbolag frivilligt väljer att hållbarhetsredovisa. Studien bygger således på både en kvantitativ och kvalitativ forskningsstrategi. En kvantitativ forskningsstrategi har sin tyngdpunkt i kvantifiering vid datainsamling och analys och kännetecknas av att den är deduktiv, det vill säga teoriprovande, använder sig av en

naturvetenskaplig modell gällande normer och tillvägagångssätt, samt av objektivism. Den kvalitativa forskningsstrategin har sin tyngdpunkt på ord och inte kvantifiering vid datainsamling och analys och kännetecknas av att den är induktiv, det vill säga teorigenererande, att den är tolkande samt konstruktionistisk (Bryman & Bell, 2013). I denna studie har ett induktivt arbetssätt tillämpats då studien främst är av undersökande karaktär.

Valet av att både välja en kvantitativ och kvalitativ forskningsstrategi baseras i första hand på att det inte finns någon utförlig information gällande förekomsten av hållbarhetsredovisningar hos elhandelsbolag i Sverige. Därav är det intressant att undersöka hur och varför förekomsten ser ut som den gör i Sverige samt att i andra hand undersöka motivet till varför elhandelsbolag som inte omfattas av nuvarande lagkrav frivilligt väljer att upprätta hållbarhetsredovisningar. Studien bygger således på en tvåstegsraket som i första hand syftar till att undersöka förekomsten av hållbarhetsredovisningar och i andra hand motivet till att de upprättas. Detta återspeglas i studiens syfte.

Att välja att kombinera två olika metoder i samma studie, det vill säga en flermetodsforskning, har mötts av kritik. Trots att det blir allt vanligare att kombinera metoder då det följaktligen finns fördelar, finns det också svårigheter med ett sådant val. Ett exempel på en sådan svårighet är att metodvalet ibland kan försvåra integrationen av de kvantitativa och kvalitativa resultaten. Detta belyser problematiken, och därmed betydelsen, av att sammanställa resultaten på ett likartat sätt (Bryman & Bell, 2013).

2.3 Översikt

I denna studie har en kvantitativ metod tillämpats vid kartläggandet av den svenska elmarknaden. Då en kvantitativ metod ofta syftar till att generalisera resultatet på så sätt att det även går att applicera på andra grupper och situationer än de undersökta, är det viktigt med ett representativt urval (Bryman & Bell, 2013). Det visade sig vara svårt att hitta tillförlitliga uppgifter om den population studien syftat till att undersöka, det vill säga det exakta antalet elhandelsbolag, varför olika internetbaserade listor rörande svenska elbolag jämfördes. Först användes Compricer (2016), vilket utgör en webb-baserad jämförelsetjänst

gällande privatekonomi. Då det upptäcktes att Compricers (2016) lista inte var fullständig, användes Elsklings (n.d.) sammanställning över elhandelsbolag för att komplettera bortfallet. Elskling (n.d.) utgör också en jämförande tjänst för privatpersoner samt företag, men skiljer sig åt från Compricer (2016) på så sätt att den uteslutande jämför elhandelsbolag. Slutligen har statliga Energimarknadsinspektionens egen jämförelsetjänst använts för att ytterligare försäkra oss om att inget elhandelsbolag förbisetts. På sin hemsida uppger Elpriskollen att de utgör en oberoende tjänst där elavtal jämförs. Alla svenska elhandlare måste kontinuerligt rapportera till Energimarknadsinspektionen gällande de elavtal de erbjuder. Dessa publiceras därefter på Elpriskollen (Elpriskollen, n.d.).

För att möjliggöra undersökningen av elmarknadens elhandelsbolag har sekundärdata använts. Detta i form av siffror från finansiella rapporter som har inhämtats från databasen Retriever Business. Vidare har sekundärdata inhämtats från samtliga elhandelsbolags hemsidor för att analysera deras hållbarhetsarbete och på så sätt upptäcka förekomsten av hållbarhetsredovisningar. När undersökningen genomfördes valde vi att se över ett antal parametrar. Först och främst undersöktes ifall företagen upprättar hållbarhetsredovisning. Detta gjordes genom att gå in på respektive företags hemsida samt genom att söka på företagets namn och hållbarhetsredovisning respektive -rapport. För att minska risken för att hållbarhetsredovisningar råkat förbises gick även samtliga elhandelsbolags årsredovisningar igenom för att på så vis upptäcka om hållbarhetsredovisningen var integrerad i den övriga årsredovisningen. Sedan undersöktes företagens ägarstruktur, samt företagens storlek, det vill säga antal anställda, omsättning och balansomslutning. Detta för att få en bild av ifall vissa parametrar bidrar till att företag väljer att hållbarhetsredovisa eller inte väljer att göra det. Valet av att undersöka ägarstrukturen berodde på att denna skiljer sig åt mellan olika elhandelsbolag och att synen på vinstmaximering därmed kunde tänkas skilja sig åt. Ägarstrukturen har delats upp i statliga, privata, kommunala och övriga. Valet att dela upp icke-statliga elhandelsbolag i privatägda och kommunalägda gjordes för att tydliggöra ägarstrukturen. De elhandelsbolag som har en blandad, och därmed svårdefinierad, ägarstruktur har inkluderats i övrigt. Parametrarna antal anställda, nettoomsättning och balansomslutning, det vill säga parametrarna som är representativa för företagens storlek, grundade sig på EUs direktiv. Dock användes det svenska lagförslaget för vilka företag som i sådana fall omfattas. Slutligen delades elhandelsbolagen in i två kategorier: de som omfattas

av lagförslaget och de som inte gör det. Vid denna uppdelning har hänsyn endast tagits till de siffror som redovisades år 2014, det vill säga studien har inte undersökt om företagen uppfyllt kraven två år i rad. Detta då ett flertal företag ännu inte offentliggjort sin årsredovisning för år 2015.

2.4 Flerfallstudie

För att beskriva och analysera varför aktörer på elmarknaden som inte omfattas av nuvarande lagkrav frivilligt väljer att hållbarhetsredovisa har en kvalitativ metod använts. Detta har möjliggjorts med flerfallstudier, med syftet att generera primärdata från intervjuer. En fallstudie är en forskningsdesign som innebär att man studerar ett enda fall grundligt och uttömmande (Bryman & Bell, 2013). Vidare definierar Yin (2009) en fallstudie som en empirisk undersökning som syftar till att på djupet undersöka ett modernt fenomen inom sitt verkliga sammanhang.

2.4.1 Urval

På grund av uppsatsens knappa tidsomfattning skulle inte samtliga elhandelsbolag hinna intervjuas varför ett urval gjordes. Den ursprungliga tanken var att intervjua tre bolag, vilka skiljer sig åt avseende omsättning, balansomslutning, geografisk placering och antal anställda. Till en början hade vi därför kontakt med E:on om en eventuell intervju men de avböjde slutligen till följd av tidsbrist. Studiens fallföretag utgjordes därmed av Sala-Heby Energi AB, Skellefteå Kraft AB och Umeå Energi AB, vilka samtliga ägs av sina respektive kommuner. Valet att undersöka dessa baserades på att samtliga dessa företag är elhandelsbolag och därmed tillhör samma bransch, är icke-statliga samt att samtliga upprättar hållbarhetsredovisning. Trots samma ägarstruktur skiljer de sig åt avseende nettoomsättning, antal anställda och balansomslutning. I och med det kommande lagkravet skiljer sig studiens fallföretag utifrån kriterierna ifall de omfattas av lagförslaget eller inte. De tre fallföretagens olika hållbarhetsredovisningar har vidare studerats för att upptäcka eventuella skillnader i omfattning och innehåll.

2.4.2 Respondenter

Studiens primärdata består av telefonintervjuer med representanter från elhandelsbolagen Sala-Heby Energi AB, Skellefteå Kraft AB och Umeå Energi AB. Samtliga representanter är ansvariga för arbetet med hållbarhetsredovisningen och innehar befattningarna verkställande direktör, kommunikatör, kommunikationsstrateg samt hållbarhetsstrateg. Valet av kontaktpersoner grundade sig på studiens syfte att undersöka varför dessa företag väljer att frivilligt upprätta hållbarhetsredovisning. Därmed var det ej relevant för studien att ställa intervjufrågor kring det faktiska upprättandet då studien huvudsakligen ämnar studera motivet till att upprätta hållbarhetsredovisning. Intervjuerna genomfördes genom ett telefonsamtal med respektive representant från företaget och samtalet spelades in. Det kan finnas olika fördelar med ljudinspelning enligt Trost (2010) när intervjuer utförs. En fördel med inspelning är att det möjliggör för den som genomför intervjun att spela upp samtalet flera gånger och analysera de ordval som använts. Inspelningen leder även till möjligheten att kunna transkribera intervjun för att sedan få tillfälle att ordagrant läsa vad respondenterna har sagt. Därmed undviker författarna att förbise något viktigt (Trost, 2010).

Tabell 2. Intervjuer.

Företag	Intervjuperson och befattning	Datum	Tid
Sala-Heby Energi AB	Kenneth Mårtensson, verkställande direktör, Maria Karwonen, kommunikatör	26 april 2016	15 minuter
Skellefteå Kraft AB	Birgitta Pettersson, kommunikationsstrateg	28 april 2016	15 minuter
Umeå Energi AB	Henrik Bristav, hållbarhetsstrateg	2 maj 2016	15 minuter

2.4.3 Intervjuer

Intervjuerna har varit semi-strukturerade, vilket innebär att den som intervjuar redan innan samtalet har skrivit ner ett antal frågor som ska ställas men som även kan leda till följdfrågor beroende på svaren (Bryman & Bell, 2013). Anledningen till detta val av metod berodde på att den är mer flexibel och att eventuella följdfrågor kan ställas som kan tänkas vara relevanta till forskningsfrågan. De nedskrivna frågorna skickades till samtliga respondenter i förväg. Syftet med dessa telefonintervjuer har varit att undersöka varför icke-statliga elhandelsbolag väljer att hållbarhetsredovisa frivilligt. I bilaga 1 återfinns de ställda intervjufrågorna. Intervjumallen har delats upp i varför, för vem och hur studiens fallföretag frivilligt väljer att upprätta hållbarhetsredovisningar. Dessa övergripande intervjufrågor har fokuserat insamlingen av data och har utgjort utgångspunkten i analysen kring varför elhandelsbolag frivilligt hållbarhetsredovisar.

2.5 Metodkritik

2.5.1 Validitet

Bryman (2011) nämner att validitet och reliabilitet är två viktiga kriterier för en kvantitativ forskning men att de även kan vara viktiga kriterier vid en kvalitativ forskning.

Validitet handlar övergripande om hur väl valda mått mäter det man har för avsikt att mäta (Bryman & Bell, 2013). Begreppet brukar delas upp i de två kategorierna intern och extern validitet. Det förstnämnda handlar enligt LeCompte & Goetz (1982) om att det ska finnas en bra koppling mellan vad forskarna observerar och de teorier som används för att analysera resultatet. Extern validitet handlar mer om att resultatet från ett begränsat urval av fallstudier kan leda till generalisering till andra situationer, vilket kan vara felaktigt (Bryman, 2011).

För att ge ett mer generellt resultat om hur situationen på elmarknaden ser ut, hade det varit att föredra att intervju samtliga elhandelsbolag som hållbarhetsredovisar. Detta hade kunnat stärka resultatet. Något som hade kunnat stärka resultatet ytterligare hade varit att ta hänsyn till fler skillnader vid val av fallföretag, det vill säga välja företag som skiljer sig åt avseende storlek, ägarstruktur och geografisk placering. Dock är de flesta som hållbarhetsredovisar

större företag vilket gör det svårt att välja företag som skiljer sig åt. Däremot skiljer sig de valda företagen åt när det gäller nettoomsättning, antal anställda och balansomsättning. Vad gäller antalet anställda saknas det dock, enligt Retriever Business, anställda i vissa företag vilket medfört att den parametern inte visat sig vara representativ för dessa bolags storlek. Dock har samtliga fallföretag inom denna studie samma ägarstruktur, det vill säga kommunalägda. Det hade varit att föredra att titta på företag som inte bara är ägda av kommunen för att se om det hade förändrat resultatet.

Att studien valt att använda sig av tre teorier för att besvara syftet kan ha negativ inverkan på den interna validiteten. Detta då ett färre val av teorier hade kunnat ge en mer ingående analys kring de observationer som studien gjort.

2.5.2 Reliabilitet

Likt validitet utgår även reliabilitet från två kategorier; extern och intern reliabilitet. Extern reliabilitet innebär att om en individ upprepar samma test, ska utfallet bli detsamma oberoende av vem som utför det. I kvalitativ forskning kan det dock vara någorlunda komplicerat då det är betydligt svårare att den sociala miljön förblir densamma under åren. Intern reliabilitet handlar om att de individer som utför den kvalitativa forskningen tolkar informationen på samma sätt (Bryman, 2011).

Gällande de utförda intervjuerna hade resultatet kunnat förändras något ifall intervjupersonerna inte hade fått frågorna i förväg. Eftersom de visste om vilka frågor som hade tänkt ställas vid intervjutidpunkten hade de också möjlighet att tänka igenom sina svar noggrant och förbereda sig inför den stundande intervjun. Om de inte hade fått intervjufrågorna innan hade det möjliggjort att andra svar istället hade framkommit. Detta hade kunnat förändra resultatet av studien något. Dock var detta svårt att undvika då ett av fallföretagen begärde intervjufrågorna i förväg. En nackdel som kan urskiljas med valet att genomföra en telefonintervju är att vi inte har fått möjlighet till att observera kroppsspråket samt ansiktsuttrycken på våra respondenter, vilket kan försvåra tolkningen av de svar som framkommit. En annan kritik som kan riktas mot studien är att intervjuerna endast varade i 15 minuter, vilket kan tänkas förklaras av att fallföretagen fick frågorna i förväg. Dock gavs det

möjlighet att ställa kompletterande frågor vid senare tillfällen, varför vi anser att de svar vi fick varit tillräckliga för att besvara studiens syfte.

2.5.3 Replikerbarhet

Replikerbarhet handlar om i vilken omfattning en undersökning och dess resultat kan upprepas av någon annan (Bryman & Bell, 2013). En kvalitativ studie som omfattar fallstudier kan bli svår att replikera eftersom att det inte är säkert att samma personer arbetar kvar på de företagen som har studerats. Dessutom är det svårt att replikera den sociala miljön då saker och ting förändras med tiden och en person inte alltid svarar på samma sätt. Ytterligare faktorer som kan förändras är att det ibland tillkommer nya företag eller bortfaller företag, samt att ett företags arbete med hållbarhetsfrågor kan förändras med åren.

Eftersom att det saknas sammanställningar av samtliga elhandelsbolag är det möjligt att vi, i vår undersökning av hur många som hållbarhetsredovisar, har missat att ta med något företag. Det kan även tänkas att liknande studier baseras på andra avgränsningar än de som gjorts i denna studie, varför resultatet kan bli något annorlunda. I framtida liknande studier kan även andra elhandelsbolag ha tillkommit eller bortfallit, varför en upprepande undersökning kan leda till ett något avvikande resultat.

3. Studiens referensramar

Kapitlet inleds med en praktisk referensram där en beskrivning av ramverket GRI och lagförslaget för obligatorisk hållbarhetsredovisning görs. Vidare presenteras en teoretisk referensram bestående av intressentteorin, legitimitetsteorin samt institutionell teori. Den praktiska och den teoretiska referensramen utgör tillsammans två olika analysmodeller och utgör utgångspunkten i analysen.

3.1 Studiens praktiska referensram

3.1.1 GRI

Vid upprättandet av hållbarhetsredovisning finns det ett antal olika ramverk som kan användas. Det i särklass mest tillämpade ramverket idag är Global Reporting Initiative (GRI). GRI är en internationell organisation som genom sitt ramverk ger ut riktlinjer för hur företag kan upprätthålla en god hållbarhetsredovisning och bidra till en global hållbar utveckling. Under åren har GRI utvecklat och publicerat ett antal riktlinjer. Organisationens vision är att integrera hållbarhet som en del av alla företags verksamhet (GRI, 2015). Företag som vill hållbarhetsredovisa rekommenderas att tillämpa de riktlinjer som GRI utger och under år 2011 fanns det mer än 4000 organisationer i hela världen som upprättade sin hållbarhetsredovisning enligt GRIs riktlinjer (Enact, 2011). Genom att allt fler använder sig utav GRI, har möjligheten uppkommit att kunna jämföra hållbarhetsredovisningar mellan olika företag då riktlinjerna är desamma oavsett bransch och geografisk plats. På så vis kan företag som följer GRIs ramverk både jämföra och bedöma deras resultat i förhållande till rådande normer och lagar men också jämföra resultat över tiden. GRIs mål är att hjälpa företag att öka förståelsen för och kunna kommunicera sina mål kring ekonomi, miljö, sociala frågor och styrning (GRI, 2016).

Under år 2013 tog GRI fram nya riktlinjer, vilka går under benämningen G4. De nya riktlinjerna utgår från indelningarna i core och comprehensive beroende på vilka kriterier som hållbarhetsredovisningen upprättats i enlighet med (GRI, 2015). Det är valfritt för företag att

välja om de vill upprätta sin rapport i enlighet med core eller comprehensive och skillnaden dem emellan är att comprehensive är något mer avancerat (Global Reporting Initiative, 2015). G4 utgår ifrån att ett företag inte ska inrikta sig på att redogöra för allt inom hållbarhet utan istället, med hänsyn till intressenterna, fokusera på det som främst har betydelse för verksamheten. Riktlinjerna hjälper på så vis till att öka uppfattningen hos investerare och intressenter om hur verksamheten har en anpassad och hållbar strategi som involverar ekonomin, miljön samt ett socialt ansvar. G4 innebär även en tydligare vägledning för hur redovisningen ska utföras samt att det blir en bättre struktur än tidigare för redovisningen (Enact, 2011). De äldre riktlinjerna, vilka går under benämningen G3, har tre tillämpningsnivåer som består av C, B och A, där C är den lägsta nivån och A är den högsta. Anledningen till varför dessa nivåer existerar beror på att företaget vill tydliggöra informationen till läsarna om vilken nivå företaget arbetar med. Samtidigt skapar det en vision för företaget som de kan använda för att senare kunna utvidga sin användning av GRIs redovisningsramverk (GRI, 2006). Efter den 1 januari 2016 går det inte längre att tillämpa G3 (Global Reporting Initiative, 2015).

3.1.2 Lagförslaget

Lagförslaget om obligatorisk hållbarhetsredovisning grundar sig på Europaparlamentets och rådets direktiv 2013/34/EU tillsammans med Europaparlamentets och rådets direktiv 2014/95/EU av den 22 oktober 2014 om ändring av direktiv 2013/34/EU. De krav som ställs på berörda företag och koncerner, i enlighet med direktivet, är att de ska infoga icke-finansiella rapporter i sina förvaltningsberättelser. Den icke-finansiella rapporten ska innehålla information kring företagets utveckling, ställning, resultat samt verksamhetens konsekvenser. De konsekvenser som främst är aktuella att nämna berör miljö, sociala förhållanden, mänskliga rättigheter och korruption. EU-direktivet omfattar samtliga som klassificeras som stora företag, stora koncerner och är av allmänt intresse. För att uppfylla EUs kriterier ska företaget ha över 500 anställda (2014/95/EU). I egenskap av direktiv utgör EUs definition dock endast minimikrav på vilka som ska omfattas och i Sverige har ett förslag lämnats som förväntar omfatta desto fler företag. De företag och koncerner som förväntas omfattas är de som uppfyller minst två av kriterierna; mer än 250 anställda, en nettoomsättning på mer än 350 miljoner kronor och en balansomsättning på över 175 miljoner

kronor alternativt räknas som ett företag av allmänt intresse med över 250 anställda (Ds 2014:45).

3.2 Studiens teoretiska referensram

3.2.1 Val av teoretisk utgångspunkt

Studien tar avstamp i intressentteorin och legitimitetsteorin för att beskriva och analysera potentiella anledningar till att elhandelsbolag väljer att hållbarhetsredovisa i de fall det är valfritt och för vem de väljer att rikta sig mot. Den institutionella teorin används för att mer djupgående beskriva och analysera huruvida icke-statliga elhandelsbolag frivilligt väljer att upprätta hållbarhetsredovisningar som ett sätt att ta efter det statliga elhandelsbolaget och de icke-statliga elhandelsbolagen som frivilligt hållbarhetsredovisar och därmed tenderar att bli alltmer lika dessa.

3.2.2 Intressentteorin

Intressentteorin utgår ifrån att ett företag har ett antal så kallade intressenter, det vill säga individer eller grupper av individer med olika kopplingar till företagets verksamhet, med vilka de interagerar (Forslund, 2013). I sin bok, *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, från 1984 myntade Edward Freeman två olika definitioner av begreppet intressent. Den snäva definitionen inkluderar, liksom namnet antyder, endast de intressenter vilka är kritiska för ett företags överlevnad och framgång. Den andra bredare definitionen omfattar samtliga individer eller grupper av individer som kan tänkas påverka eller påverkas av företaget.

För att tydliggöra skillnaderna mellan olika intressenter kan de, enligt Clarkson (1995), delas in ytterligare i primära intressenter och sekundära intressenter. Indelningen görs efter intressentens individuella betydelse för företaget och möjligheter till att påverka företaget. Clarkson menar att ett företag behöver de primära intressenterna för att verksamheten ska kunna överleva och dessa utgörs oftast av ägare, investerare och anställda (Clarkson, 1995). De sekundära intressenterna är sådana som berör eller blir berörda av verksamheten men som verksamheten inte direkt påverkas av när de genomför sina transaktioner (Clarkson, 1995). Antalet intressenter, intressenternas inställningar och åsikter samt vilka intressenter som är

primära varierar beroende på faktorer såsom bransch och storlek. I små företag tenderar det att finnas få intressenter medan antalet är fler i större företag (Basu, 2016). Olika intressenter har även olika utbytesrelationer till verksamheten vilket leder till att de besitter olika uppfattningar och åsikter kring hur en verksamhet bör bedrivas (Deegan & Unerman, 2011).

Intressentteorin har i många år varit en välanvänd teori. Trots att den är välkänd saknar den tydliga riktlinjer för tillämpning varför den ofta tillämpas olika och i vitt skilda sammanhang. Detta har lett till att alternativa, men vedertagna, perspektiv inom teorin vuxit fram (Deegan & Unerman, 2011). Sett utifrån det etiska eller det normativa perspektivet handlar intressentteorin om att varje intressent, oberoende av maktgrad, besitter rättigheten att bli rättvist bemött och behandlad av företaget. Det kan ses som att företaget främst syftar till att koordinera samtliga intressenters olika intressen och inte bara de primäras. Detta inbegriper även att alla intressenter har rätt till samma information rörande företaget såsom miljöpåverkan, sponsringsengagemang, anställningssäkerheter etcetera. Det etiska perspektivet motsäger därmed Clarksons indelning i primära och sekundära intressenter (Deegan & Unerman, 2011).

Alternativet till det etiska perspektivet utgörs av ledningsperspektivet. Detta perspektiv, som bättre överensstämmer med Clarksons indelning, antyder att ju viktigare ett företag uppfattar en intressent, desto mer kommer företaget att anstränga sig för att upprätthålla en god relation med denna intressent. Information utgör här ett viktigt verktyg för företaget till att, manipulativt eller rättfärdigt, vägleda intressenten till godkännande och medhåll (Deegan & Unerman, 2011). Det är graden av makt som avgör hur viktig intressenten är, vilken uppstår till följd av intressentens möjligheter att bland annat begränsa utbudet av resurser, nå ut till inflytelserik media, väcka åtal mot företaget samt negativt påverka efterfrågan på företagets utbudna varor eller tjänster. Ju mer makt en viss intressent besitter, desto större påverkan har intressenten på företagets operationella verksamhet (Deegan & Unerman, 2011). Vilken intressent som är viktigast samt olika intressenters uppfattningar varierar dock ibland, vilket innebär att företag ständigt tvingas hålla sig uppdaterade om och balansera de olika intressenternas uppfattningar. Hållbarhetsredovisning, men även redovisning överlag, har inom intressentteorin diskuterats som exempel på hur företag, utifrån ett ledningsperspektiv, väljer att strategiskt hantera sina viktigaste intressentrelationer (Deegan & Unerman, 2011).

3.2.3 Legitimitetsteorin

Legitimitetsteorin har en stark koppling till den omfattande intressentteorin, på så sätt att de båda teorierna överlappar varandra i vissa avseenden. Det som framförallt skiljer dem åt är att intressentteorin har mer fokus på de förväntningar som existerar bland olika grupper i samhället medan legitimitetsteorin mer handlar om hela samhällets förväntningar på en verksamhet (Deegan & Unerman, 2011). Legitimitetsteorin förklarar antagandet om att företag strävar efter att uppfattas som legitima av utomstående parter, det vill säga att företags handlingar är önskvärda och i enlighet med socialt konstruerade normer och värderingar (Suchman, 1995).

Legitimitet kan, för företagen, ses som en resurs i form av ett tillstånd eller status som uppnås genom att de uppfyller de förväntningar som existerar gentemot dem. Dessa förväntningar behöver inte överensstämma med det faktiska agerandet. Legitimiteten bygger därmed på sociala, ej skrivna, kontrakt bestående av både lagförda och sociala förväntningar, varför det är viktigt att fördelarna associerade med företagen överstiger nackdelarna. De sociala kontrakten tydliggör på så sätt om det råder en överenskommelse mellan förväntningarna gentemot företagen och företagens handlingar (Suchman, 1995). Företag är beroende av att bibehålla legitimiteten från samhället för att kunna överleva och därför är det viktigt för företagen att agera utifrån vad som anses vara önskvärt. Om det sociala kontraktet på något sätt bryts kan det leda till att företagens överlevnad hotas (Mousa & Hassan, 2015).

Den skillnad som existerar mellan förväntningarna och företagens agerande utgör legitimitetsgapet (Deegan & Unerman, 2011). Författaren Sethi nämner att det kan finnas två sätt för gapet att utvidgas och bli större än vad det varit tidigare. Det ena sättet handlar om att samhället förändras och därmed även de sociala förväntningarna. Detta leder till att ett gap uppstår om företagen fortsätter att agera på ett sätt som tidigare uppfattades som acceptabelt men som inte är det längre. Det andra sättet omfattar tidigare okänd information om företagen som uppdagas, av till exempel media, vilket leder till ett gap mellan intressenternas förväntningar och företagens faktiska agerande (Sethi, 1978).

År 1993 definierade Lindblom fyra strategier som kan användas av företag för att minska gapet samt upprätta, behålla och återfå legitimitet. Den första strategin kan tillämpas av de företag som vill att deras handlingar och prestationer bättre ska överensstämma med samhällets värderingar och förväntningar. Detta handlar om att utbilda och informera de primära intressenterna om de faktiska handlingar och åtgärder som företagen genomfört och vidtagit. De företag som vill förändra de uppfattningar som finns om dem, men inte vill ändra sitt faktiska agerande, kan tillämpa den andra strategin. Denna går ut på att förse intressenterna med felaktiga uppgifter för att på så vis indikera en annorlunda prestation än den faktiska. Den tredje strategin handlar om att förflytta intressenternas uppmärksamhet till de handlingar som genomförts av företagen och som bättre uppfyller de förväntningar som finns. Den sista strategin försöker istället försvara begångna handlingar genom att demonstrera att vissa förväntningar är ouppnåeliga och därmed orimliga (Deegan & Unerman, 2011).

Suchman skriver i sin bok: *Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches* att legitimitetsteorin i samband med nya studier har visat sig vara uppdelad i två olika grupper: strategiska och institutionella. Den förstnämnda utgår ifrån ett ledningsperspektiv (managerial) och handlar om att en verksamhet använder olika tillvägagångssätt för att kunna få stöd av samhället. Detta kan vara genom att försöka manipulera intressenterna och på så vis ge dessa en förskönande bild av verksamheten. Anledningen till att företaget agerar på detta sätt kan bero på att de vill uppfattas som ett värdigt, meningsfullt och pålitligt företag (Suchman, 1995). Det institutionella perspektivet handlar mer om de symboliska ritualer, myter och den kultur som råder inom företaget. På detta sätt kan företaget erhålla legitimitet från samhället och uppnå stabilitet (Meyer & Rowan, 1977).

Mousa och Hassan (2015) undersökte om strävan efter legitimitet kan utgöra den bakomliggande anledningen till att företag upprättar hållbarhetsrapporter. Genom redovisningen kan företag visa sina sociala och miljömässiga åtaganden för samhället, vilket kan leda till att intressenterna får en positiv bild av företaget. På så vis uppnår företaget legitimitet. Författarna fann även att det råder en positiv koppling mellan socialt ansvar och ett företags lönsamhet.

3.2.4 Institutionell teori

Institutionell teori växte fram som ett svar på bland annat DiMaggio och Powells (1983) funderingar kring varför det verkade finnas en så pass stor likhet mellan etablerade organisationer. Teorin syftar därmed till att förklara varför företag över tid, i sin strävan efter legitimitet, tenderar att bli alltmer homogena i förhållande till andra företag inom samma bransch (Deegan & Unerman, 2011).

Institutionell teori kan delas upp i två kategorier: isomorfism och decoupling. Isomorfism innebär en organisations egna val av, eller påtvingade anpassning till, den särskilda institutionella praxis som existerar bland liknande företag. Denna kan i sin tur delas upp ytterligare i mimisk, normativ och tvångsisomorfism (DiMaggio & Powell, 1983).

Den mimiska isomorfismen uppkommer när företag uppmärksammar vad konkurrenterna gör och tar efter deras beteende. Imiteringen grundar sig ofta på osäkerhet, ambition och uppfattningen att legitimitet utgör en stark konkurrensfördel (Deegan & Unerman, 2011). Det kan till exempel vara att ett företag som befunnit sig i ett osäkert skede uppmärksammat att ett annat företag genomfört en lyckad marknadsföringskampanj och därefter väljer att genomföra något liknande. Till följd av detta tenderar företagen att bli mer lika. Normativ isomorfism uppstår däremot när företag verksamma inom samma bransch tenderar att bli mer lika då de tillämpar samma institutionaliserade teorier och arbetssätt. Detta bygger både på formella påtryckningar såsom institutionell praxis och informella påtryckningar i form av kultur och arbetspraxis. Ett exempel på när normativ isomorfism kan uppstå är vid rekrytering av chefer från samma eller liknande universitet (DiMaggio & Powell, 1983). Slutligen är tvångsisomorfism kopplat till maktutövande från primära intressenter och har därmed en koppling till ledningsperspektivet inom intressentteorin (Deegan & Unerman, 2011). Ett exempel på tvångsisomorfism är att ju mer beroende ett företag är av en primär intressent, till exempel en viss leverantör, desto mer lik leverantören tenderar företaget att bli.

Den andra kategorin av institutionell teori, decoupling, uppstår istället när det finns en skillnad mellan det egentliga och det utlovade agerandet (Deegan & Unerman, 2011). Situationer kopplat till decoupling har framkommit vid ett antal miljöskandaler i modern tid

och exempel på ett sådant är när det finns en symbol för återvinning men det sedan framkommer att återvinningen skett på ett ansvarslost sätt där djur och natur farit illa. Institutionell teori utgör ett komplement till intressent- och legitimitetsteorin genom att förklara hur organisationer svarar på förväntningar samt övriga sociala och institutionella påtryckningar (Deegan & Unerman, 2011).

3.3 För- och nackdelar med valt teoretiskt perspektiv

En fördel med intressentteorin är att den utgör en internationellt välkänd och förankrad teori. Dock har mycket kritik också riktats mot det faktum att teorin är gammal och därmed är i behov av en uppdatering. En del kritik har riktats mot det etiska perspektivet inom intressentteorin, vilket säger att alla intressenter är likvärdiga för företaget. Detta då det tydliggjorts i vissa sammanhang att olika företag förkastat vissa intressenters intresse till förmån för andras (Islam & Deegan, 2008). Svårigheter med att definiera vilka som är ett företags intressenter, vilket nämnts ovan, utgör en ytterligare nackdel. Teorin ger inte heller någon tydlig uppdelning i vilka intressenter som är primära eller sekundära, i de fall den uppdelningen ens existerar. Intressentteorin saknar även vägledning i hur chefer ska gå tillväga i sitt arbete med att balansera olika intressenters intressen (Law Teacher, 2013). Sammanfattningsvis kan det ses som att teorin har ett tvetydigt, eller iallafall något otydligt, syfte och därmed tillämpas olika i olika sammanhang. Om intressentteorin till följd av detta riskerar att tolkas på fel sätt kan det tänkas ha en negativ inverkan på studiers tillförlitlighet. I många sammanhang har dock intressentteorin erbjudit förklaringar till företags handlande, vilka varit i motsats till perspektivet att företag uteslutande agerar i ägarnas vinstintresse. På så sätt kan det ses som att intressentteorin lyckas med att förklara kombinationen av företags ekonomiska initiativ med etiska och sociala initiativ i de fall då företags agerande inte uteslutande kan förklaras med vinstmaximerande motiv (Law Teacher, 2013).

Legitimitetsteorin har länge använts inom hållbarhetsredovisning och teorin ger företaget ett mer snävt perspektiv när det kommer till den strategiska rollen i en verksamhet (Unerman, Bebbington, & O'Dwyer, 2014). Dock föreligger det nackdelar med teorin. Suchman (1995) skriver i sin bok att legitimitetsteorin utgår ifrån att det ska finnas en överenskommelse mellan samhällets förväntningar och företagets handlingar, vilket främst sker via det sociala

kontraktet. Ett samhälle består dock av olika grupper som på olika sätt kan påverka en organisations verksamhet. Den kritik som riktas mot teorin är att den inte tar hänsyn till de olika grupperna utan endast riktar sig mot samhället i stort (Unerman, Bebbington, & O'Dwyer, 2014). Till försvar skriver Suchman (1995) dock att ingen organisation helt kan tillgodose samtliga intressenters förväntningar. En annan kritik mot teorin är att det råder en brist på kunskap kring hur stor påverkan ett företag har på en särskild målgrupp när företaget väljer att offentliggöra sina handlingar för samhället. Detta innebär att det inte finns något mått som tydliggör om det har skett en ökning eller minskning av legitimitet hos företagets intressenter (Unerman, Bebbington, & O'Dwyer, 2014).

Institutionell teori utgör huvudsakligen en organisationsteori men har även tillämpats av redovisningsforskare, vilket talar för att en tillämpning i redovisningssammanhang är godtagbar. En annan fördel med teorin är att den utgör ett komplement till de andra teorierna, intressentteorin och legitimitetsteorin, genom att förklara frivillig hållbarhetsredovisning utifrån kulturella och institutionella faktorer. Det har dock framkommit svårigheter att skilja de olika isomorfismpåtryckningarna åt (Deegan & Unerman, 2011).

3.4 Sammanfattning och tillämpning av analysmodeller

3.4.1 Förekomsten av hållbarhetsredovisningar hos elhandelsbolag

För att beskriva och analysera de resultat som framkommit, vid sammanställningen av förekomsten av hållbarhetsredovisningar hos elhandelsbolag, har en tabell konstruerats. Denna tabell har tagits fram för att kombinera studiens praktiska referensram, i form av lagförslaget, med dess teoretiska referensram. Den data som analyserats utgörs av sekundärdata och omfattar samtliga elhandelsbolag. Tabellen ämnar ge en övergripande bild av situationen på elmarknaden.

En uppdelning i de elhandelsbolag som omfattas av lagförslaget och de elhandelsbolag som inte omfattas har möjliggjort en analys utifrån studiens tre teorier. Detta för att analysera varför de som upprättar hållbarhetsredovisning idag frivilligt väljer att göra det. Därefter har en uppdelning gjorts i intressentteorin, legitimitetsteorin och institutionell teori. I tabellen kan

det bland annat utläsas exempel på potentiella primära intressenter samt legitima anledningar och institutionella påtryckningar bakom att elhandelsbolag hållbarhetsredovisar. Eventuella skillnader mellan dessa har analyserats utifrån de företag som omfattas av lagförslaget respektive inte omfattas av lagförslaget.

Tabell 3. Förekomsten av hållbarhetsredovisningar hos svenska elhandelsbolag samt bakomliggande orsaker till detta utifrån studiens praktiska och teoretiska referensram.

	Intressentteorin	Legitimitetsteorin	Institutionell teori
Omfattas av lagförslag	Vilka intressenter är pådrivande vid beslutet att upprätta hållbarhetsredovisning?	Vilka legitima anledningar ligger bakom beslutet att upprätta hållbarhetsredovisning?	Vilka institutionella påtryckningar ligger bakom beslutet att upprätta hållbarhetsredovisning?
Omfattas inte av lagförslag	Vilka intressenter är pådrivande vid beslutet att upprätta hållbarhetsredovisning?	Vilka legitima anledningar ligger bakom beslutet att upprätta hållbarhetsredovisning?	Vilka institutionella påtryckningar ligger bakom beslutet att upprätta hållbarhetsredovisning?

3.4.2 Varför upprättar elhandelsbolag frivilligt hållbarhetsredovisning?

En ytterligare tabell har konstruerats för att mer djupgående analysera varför elhandelsbolag frivilligt väljer att upprätta hållbarhetsredovisning. Genom att utgå från studiens fallföretag och de intervjufrågor som ställts analyseras varför, för vem och hur hållbarhetsredovisningar upprättats. Denna tabell syftar till att ge en överblick över bakomliggande anledningar till frivilligt upprättade hållbarhetsredovisningar.

Tabell 4. Bakomliggande anledningar till frivilligt upprättade hållbarhetsredovisningar.

	Intressentteorin	Legitimitetsteorin	Institutionell teori
Varför?	Hur kan beslutet att upprätta hållbarhetsredovisning förklaras utifrån intressentteorin?	Hur kan beslutet att upprätta hållbarhetsredovisning förklaras utifrån legitimitetsteorin?	Hur kan beslutet att upprätta hållbarhetsredovisning förklaras utifrån institutionell teori?
För vem?	För vem eller vilka upprättas hållbarhetsredovisning enligt intressentteorin?	För vem eller vilka upprättas hållbarhetsredovisning enligt legitimitetsteorin?	För vem eller vilka upprättas hållbarhetsredovisning enligt institutionell teori?
Hur?	Hur kan tillvägagångssättet vid upprättandet av hållbarhetsredovisning förklaras utifrån intressentteorin?	Hur kan tillvägagångssättet vid upprättandet av hållbarhetsredovisning förklaras utifrån legitimitetsteorin?	Hur kan tillvägagångssättet vid upprättandet av hållbarhetsredovisning förklaras utifrån institutionell teori?

4. Resultat

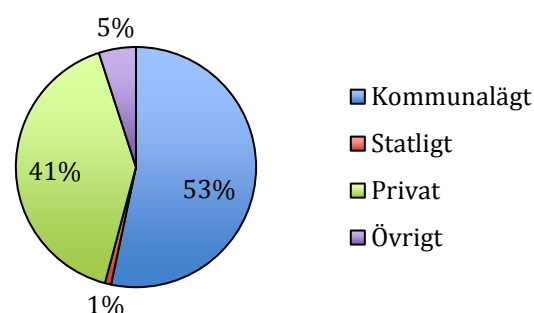
Kapitlet inleds med en redovisning av hur stor andel av elhandelsbolagen på marknaden som hållbarhetsredovisar. Därefter redovisas ägarstrukturen hos alla elhandelsbolag på marknaden samt ägarstrukturen bland de som hållbarhetsredovisar. En redovisning görs även av hur många elhandelsbolag som förväntas omfattas respektive inte omfattas av kommande lagkrav samt de som förväntas omfattas men som redan hållbarhetsredovisar. Vidare görs en presentation av de valda fallföretagen och de svar som framkommit vid intervjuerna. Då intervjumallen delades upp i varför, för vem och hur har även resultatet från intervjuerna delats upp i respektive fråga. Kapitlet avslutas med en sammanfattning av fallstudierna.

4.1 Förekomsten av hållbarhetsredovisningar hos elhandelsbolag

Att elmarknaden är komplex har bekräftats av studien, som har utvisat att det inte är ovanligt att både el- produktion, -distribution och -försäljning samt till exempel sophantering och bredband förekommer hos ett och samma bolag. Ett exempel på detta är Umeå Energi AB (Umeå Energi) som går under benämningen energibolag och erbjuder el, fjärrvärme och bredband (Umeå Energi, n.d.a). Den komplexitet som kan urskiljas är därmed att elhandelsbolagen sällan utgör endast renodlade elhandelsföretag utan erbjuder även andra, mer eller mindre, relaterade tjänster till sina elanvändare. Här utgör Vattenfall ett bra exempel på så vis att företaget både producerar, distribuerar och säljer el och därmed utgör både elproducent, eldistributör och elhandelsbolag samtidigt (Vattenfall, 2016). I vissa fall i undersökningen framkom det även företag som inte i första hand titulerar sig som energibolag. Som exempel kan här nämnas OKQ8 AB (OKQ8) som på sin hemsida uppger att det utgör ett drivmedelsbolag och erbjuder ett komplett produkt- och tjänsteutbud för bilen och bilisten (OKQ8, 2016). Det visade sig även under studiens gång att vissa elhandelsbolag, enligt Retriever Business, inte har några registrerade anställda. Vid närmare undersökning framkom det dock att antalet anställda stod registrerade i moderbolaget eller i ett närliggande dotterbolag.

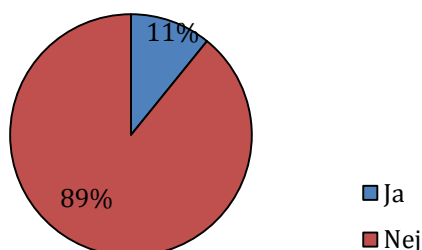
Studien omfattade slutligen 120 elhandelsföretag, vilka bedrivs av antingen kommunen, staten, privata aktörer eller övriga. Elhandelsbolag med en blandad ägarstruktur har i denna studie gått under beteckningen övriga, till exempel Kalmar Energi AB som till 50 % ägs av Kalmar kommun och till 50 % av E:on. Bland de undersökta elhandelsbolagen visade det sig att majoriteten utgör kommunala bolag. Av de 120 undersökta elhandelsbolagen utgjorde 64 kommunägda elbolag, vilket motsvarar en andel på 53 %. Privata elhandelsbolag uppgick till 41 %, vilket motsvarar 49 stycken elhandelsbolag.

Ägarstruktur på hela elmarknaden



Figur 1. Ägarstruktur bland elhandelsbolagen på marknaden.

Hållbarhetsrapportering

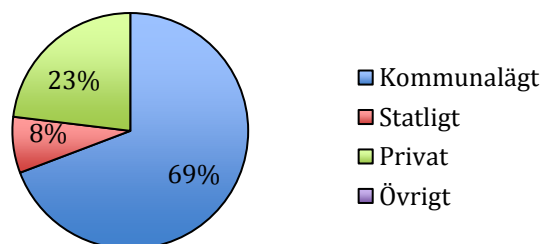


Figur 2. Andel elhandelsbolag som hållbarhetsredovisar idag.

Bland de elhandelsbolag som hållbarhetsredovisar är nio kommunägda, vilket utgör en majoritet på 69 %. Detta står i jämförelse med den andel, 41 % privata elhandelsbolag, varav 23 % hållbarhetsredovisar. De tre privata aktörer som hållbarhetsredovisar utgör de stora koncernerna

Vidare undersöktes hur många elhandelsbolag, av de samtliga 120 som väljer att hållbarhetsredovisa. Studien visade att endast 13 företag väljer att göra det, varav ett är statligt. Detta innebär att det är drygt 11 % som hållbarhetsredovisar på elmarknaden i Sverige, varav tolv elhandelsbolag frivilligt väljer att hållbarhetsredovisa. De elhandelsbolag som frivilligt hållbarhetsredovisar utgör därmed 10 % av marknaden.

Ägarstruktur bland de som hållbarhetsredovisar



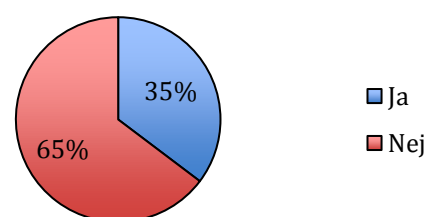
Figur 3. Ägarstruktur bland elhandelsbolagen som hållbarhetsredovisar idag.

E:on, Fortum och OKQ8, vilka tillsammans med Vattenfall utgör de största aktörerna sett till nettoomsättning, antal anställda och balansomslutning. Fler elhandelsbolag som hållbarhetsredovisar kan dock vara att vänta, till exempel uppger Sollentuna Energi och Miljö AB (Sollentuna Energi och Miljö) på sin hemsida att de ska börja upprätta hållbarhetsredovisning år 2016 (Sollentuna Energi och Miljö, 2016). En sammanställning över hela marknaden återfinns i bilaga 2. Denna visar antalet elhandelsbolag på marknaden, deras ägarstruktur, antal anställda, nettoomsättning, balansomslutning, registreringsår och om de hållbarhetsredovisar eller inte. I de fall företagen hållbarhetsredovisar framgår det även, av bilagan, hur länge de gjort det.

I studien har elhandelsbolagen delats in i två kategorier, de elhandelsbolag i Sverige som omfattas av lagförslaget och de som inte gör det. Utifrån de elbolag som väljer att hållbarhetsredovisa kunde studien utvisa att det framförallt är stora företag, som därmed omfattas av lagförslaget, som upprättar hållbarhetsredovisning. Denna studie visar därmed att företag som inte klassificeras som stora endast i undantagsfall upprättar hållbarhetsredovisning.

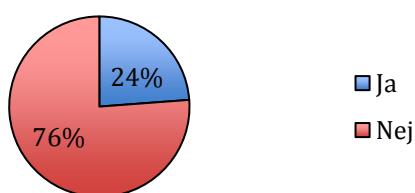
Bland de elhandelsbolag som undersökts förväntas en andel på 35 % att omfattas av lagen om obligatorisk hållbarhetsredovisning. Vid denna uträkning har Vattenfall exkluderats, då företaget redan omfattas av tidigare lagkrav. Resultatet av studien visar därmed att 42 av 119 företag förväntas omfattas.

Elhandelsbolag som förväntas omfattas av lagkrav



Figur 4. Elhandelsbolag som förväntas omfattas av lagkravet.

Andel elhandelsbolag som redan hållbarhetsredovisar bland de som förväntas omfattas av lagkravet



Figur 5. Andel elhandelsbolag som hållbarhetsredovisar av de som förväntas omfattas av lagförslaget.

Vidare är det bland de som förväntas omfattas av lagkravet en andel på 24 % som redan hållbarhetsredovisar. Som tidigare nämnts är det redan tolv elhandelsbolag som frivilligt hållbarhetsredovisar. Av dessa tolv är det två företag, Sala-Heby Energi AB och Mjölby-Svartådalen Energi AB (MSE), som inte förväntas att omfattas av lagen men som ändå

hållbarhetsredovisar. Det innebär att 32 företag som inte hållbarhetsredovisar idag, kan tänkas omfattas av lagen om obligatorisk hållbarhetsredovisning.

Trots att det endast är 13 elhandelsbolag som upprättar hållbarhetsredovisning, nämner samtliga företag vikten av hållbarhet och miljö på sina hemsidor. På de flesta elhandelsbolags hemsidor framgår det även att de är certifierade enligt ISO 14 001 eller liknande. En del elhandelsbolag har även visat sig upprätta alternativa redovisningar som är kopplade till hållbarhet, såsom klimatbokslut och miljöredovisningar.

4.2 Flerfallstudie - Varför frivillig hållbarhetsredovisning?

4.2.1 Sala-Heby Energi AB

År 1973 bildades moderbolaget inom energikoncernen Sala-Heby Energi AB (SHE) genom en sammanslagning och samordning av Salas och Hebys elverksrörelser. Själva elektricitetsverksamheten har funnits i de båda städerna sedan början av 1900-talet och värmeverksamheten startade år 1976. SHE är en lokal leverantör av el, värme och energieffektivisering och utgör ett kommunalägt bolag. Företaget ägs till 87,5 % av Sala kommun och till 12,5 % av Heby kommun. År 2014 hade bolaget en omsättning på cirka 234 miljoner kronor och cirka 50 anställda (SHE, 2014).

Genom företagets hållbarhetspolicy framgår att koncernen ska "bedriva och utveckla hela sin verksamhet med ett stort engagemang på ett hållbart sätt" (SHE, 2011, s.1). Det framgår även att det ska råda en balans mellan det ekonomiska, det miljörelaterade och det sociala ansvaret samt att hållbarhetsfrågan ska genomlysas i koncernens värderingar. Det resultat som hållbarhetsarbetet medfört och företagets hållbarhetspolicy visas därefter i en årligt upprättad hållbarhetsredovisning. Sedan år 2005 har företaget hållbarhetsredovisat som ett sätt att redogöra för det arbete de utför inom miljö-, ekonomi- och personalfrågor. Utifrån hållbarhetsredovisningen kan det utläsas den vision som företaget har för sin elhandel. Deras vision är att all den el som företaget säljer ska produceras på ett hållbart sätt och i den mån det går genom en lokalt förankrad produktion. Företaget strävar efter att vara en långsiktig, modern och hållbar energikoncern och arbetar bland annat med energieffektivisering. Där

visionen är att ”våra kunder inte ska använda mer energi än vad man har nytta av” (SHE, 2014, s.5).

Varför?

Det som fick SHE att börja hållbarhetsredovisa för över tio år sedan är enligt, verkställande direktören, Kenneth Mårtensson många olika anledningar. En av anledningarna grundar sig på den certifiering som företaget har inom miljö, arbetsmiljö och kvalitet. Då certifieringen också innebar en viss dokumentation ansågs det på företaget att hållbarhetsredovisningen utgjorde ett bra komplement till att presentera en del av måluppföljningen på det sättet. Samtidigt poängterade Mårtensson att SHE är ett företag som arbetar med hållbarhetsfrågor och att det därför också känns rimligt och riktigt att också redovisa arbetet med dessa frågor i en hållbarhetsredovisning. Det som driver företaget till att hållbarhetsredovisa är enligt Mårtensson att de vill visa vad de gör både på gott och ont.

De fördelar som hållbarhetsredovisningen medfört är enligt Mårtensson att de både har ordning och reda men framförallt bidrar det till en öppenhet inom hållbarhetsfrågor. En annan fördel är att de kan hänvisa till att de har en hållbarhetsredovisning när de offererar energiprodukter.

På frågan om de påverkas av sina konkurrenter menar Mårtensson att de i den mån det är möjligt försöker att undvika att påverkas av dem, däremot försöker de alltid göra en omvärldsanalys. I den mån företaget påverkas av sina konkurrenter gör de det i sådana fall indirekt. Tvärtom tror Mårtensson att de har en stark konkurrensfördel gentemot sina konkurrenter genom att de erbjuder sina kunder elpris utan fasta avgifter inom sin elhandel.

Mårtensson hade ingen klar uppfattning om hur många elhandelsbolag som hållbarhetsredovisar idag men att inte så många väljer att hållbarhetsredovisa trodde han berodde på att det upplevs som tungt, arbetsamt och tidskrävande. Detta trots att konkurrenterna är seriösa. Han menade också att ifall de konkurrenter som inte hållbarhetsredovisar idag skulle börja göra det och se det resultatet som en

hållbarhetsredovisning medför, skulle de kanske också se värdet av det. Att det bara är ungefär en tiondel av marknaden som hållbarhetsredovisar tror han beror på att de som gör det samtidigt representerar 90 procent av slutkundsmarknaden och är de största aktörerna.

För SHE betyder hållbarhetsredovisningen, enligt Mårtensson, att de öppet kan redovisa vad de gör men också att de själva genom åren kan gå tillbaka och hämta värden. Maria Karwonen, som är kommunikatör på företaget, berättade även under intervjun att hållbarhetsredovisningen utgör en viktig marknadsföringskanal.

För vem?

Enligt Mårtensson riktas SHEs hållbarhetsredovisning till företagets samtliga intressenter, inklusive alla som vill läsa, och han poängterade att alla intressenter är lika viktiga för företaget. Detta framgår även ur företagets hållbarhetspolicy där det står att verksamheten bedrivs i enlighet med företagets värderingar samt att en aktiv dialog ska föras med koncernens samtliga intressenter (SHE, 2011).

Hur?

Hållbarhetsredovisningen är skild från årsredovisningen och företaget följer ramverket GRIs G3 och uppnår där A-nivån (SHE, 2014). Från och med år 2016 är dock tanken att tillämpa versionen G4, enligt Karwonen. Ramverket följer de då det bland annat, enligt Mårtensson, bidrar till en ökad jämförbarhet.

Vid frågan angående hur deras hållbarhetsredovisning utvecklats genom åren medgav han att en del skillnader föreligger men också att många likheter inom hållbarhetsredovisningen går att urskilja genom åren. Framförallt har fokus varit på att dela upp hållbarhetsredovisningen i en miljödel, en ekonomisk del och en social del. När det kom till frågan ifall de gjort någon utvärdering av deras hållbarhetsredovisning berättade Mårtensson att de för några år sedan hade studenter som var med och utvecklade deras hållbarhetsredovisning och att den lyftes kvalitetsmässigt efter det. Viljan att förändra fanns där och ramverket GRI började i samband med detta tillämpas. Vidare svarade Mårtensson gällande ifall de har planer på att förändra

hållbarhetsredovisningen framöver att de vid varje tillfälle diskuterar eventuella förändringar, men att inga större förändringar är att vänta i nuläget. Karwonen menade också att det är svårt att utöka hållbarhetsredovisningen till mer än det de redan gör idag.

När det kom till hur Mårtensson såg på hållbarhetsredovisningens framtid menade han att energiföretag idag redan får upprätta mycket statistik och att hållbarhetsredovisningen här således skulle kunna få spela en mycket större roll. Vidare menade han att hållbarhetsredovisningen hade kunnat spela en större roll ifall det kanske hade funnits en databas som hade gjort informationen mer lättillgänglig på olika sätt. Mårtensson menade slutligen att fler kanske skulle vilja vara en del av det på det viset.

4.2.2 Skellefteå Kraft AB

Skellefteå Kraft AB (Skellefteå Kraft) är ett kommunägt energibolag som grundades år 1906 och erbjuder tjänster inom bland annat el, elnät, fjärrvärme, bredband, lokaler och fastigheter samt energiunderhåll för konsumenter. Företagets omsättning för år 2014 uppgick till 3800 miljoner kronor och företaget har cirka 660 anställda (Skellefteå Kraft, 2014). Skellefteå Krafts vision är att bli Sveriges bästa energibolag, vilket framgår av deras hemsida, och en av deras strategier är att alltid ha hållbarhet i tankarna för alla beslut som tas i företaget. Genom att ta hänsyn till hållbarhet i samtliga beslut som fattas menar företaget, enligt deras hemsida, att en bättre struktur möjliggörs i arbetet (Skellefteå Kraft, n.d.).

För studiens räkning genomfördes en telefonintervju med Birgitta Pettersson, kommunikationsstrateg inom kommunikation och hållbarhet, vid Skellefteå Kraft. Pettersson har arbetat fem år i företaget, varav två år med hållbarhetsfrågor.

Varför?

Skellefteå Kraft började med att hållbarhetsredovisa i slutet av år 2013 och deras första hållbarhetsredovisning från samma år utkom 2014. Enligt Pettersson togs beslutet att börja hållbarhetsredovisa år 2013 när företaget omarbetade sina visioner och sina strategier. I samband med det omfattande arbetet identifierade Skellefteå Kraft hållbarhet som en viktig

del av företagets strategi, vilket bidrog till att företaget valde att upprätta hållbarhetsredovisning.

De fördelar som Pettersson har kunnat urskilja är att arbetet med hållbarhetsredovisning medfört en tydligare struktur i hållbarhetsarbetet. På företaget är de numera medvetna om vilken data de innehar i företaget respektive vilken data som de inte har, men som de borde ha och på vilket sätt dessa isåfall kan tas fram.

När det kommer till konkurrenter berättade Pettersson att hon inte anser att Skellefteå Kraft är särskilt påverkat av vad konkurrenterna gör. Hon menar att arbetet med hållbarhetsredovisning istället handlar om ett strategiskt fokus för att arbeta med hållbarhetsfrågor och skapa affärsmöjligheter på marknaden. Pettersson spekulerade kring frågan om varför hon tror att majoriteten av elhandelsbolag väljer att inte hållbarhetsredovisa. Enligt henne kan det handla om att det inte finns något lagkrav vilket gör att företag som inte ser hållbarhetsfrågor som strategiskt viktiga hellre lägger resurserna på andra insatser. I samband med detta nämnde Pettersson det kommande lagkravet på att alla stora bolag ska hållbarhetsredovisa. Hon tror att detta kommer att bidra till att hållbarhetsfrågor blir en naturlig del av alla företags redovisningsarbete.

För vem?

På frågan om vilka som utgör företagets intressenter svarade Pettersson både befintliga och potentiella medarbetare, ägare, kunder, politiker, allmänheten samt intresseorganisationer. Hon förklarade även att alla intressenter uppfattas som lika viktiga att ha en bra dialog med. Vidare förklarade hon att företaget, i sitt arbete med utformningen av hållbarhetsredovisningen, har tillfrågat intressenterna för att på så vis frambringa deras åsikter om hållbarhetsredovisningen och om den motsvarat de förväntningar som de hade på företaget. Enligt Pettersson är det genom informationsutbytet med intressenterna som verksamheten får en bra återkoppling och en bättre kännedom om vad de ska fokusera på inför nästa års hållbarhetsredovisning. I Skellefteå Krafts hållbarhetsredovisning för år 2015 kan det även utläsas andra sätt som företaget arbetar med för att föra utvecklingen framåt,

vilka bland annat består av att ordna visningar av deras anläggningar, delta på arbetsmarknadsdagar samt medverka i nätverk och forum för frågor (Skellefteå Kraft, 2015).

Hur?

Skellefteå Kraft använder sig vid upprättandet av hållbarhetsredovisning utav GRIs ramverk, i form av G4 på nivå core, som enligt Pettersson innebär att företaget redovisar det som är väsentligt. Vidare förtydligade hon att det som räknas som väsentligt främst beror på deras strategi och styrning, verksamhetens påverkan på människor och miljön men även vad intressenterna vill att organisationen ska redovisa.

Hållbarhetsredovisningen är någonting som Skellefteå Kraft uttryckligen vill utveckla och förbättra för varje år. Trots att de endast har arbetat med hållbarhetsredovisning i två år kan skillnader urskiljas mellan den första och den andra hållbarhetsredovisningen. Vid arbetet med hållbarhetsredovisningen för år 2014 fokuserades det främst på om företaget hade all data som krävdes för att sammanställa redovisningen. Hållbarhetsredovisningen för år 2015 är mer inriktad på sådana faktorer som vad som har förbättrats respektive försämrats samt potentiella lösningar och förslag till förbättringar. Genom att ständigt förbättra hållbarhetsredovisningen, menade Pettersson, att företaget kan hitta sätt för att arbeta smartare och få en bättre struktur för hela verksamhetens hållbarhetsarbete. I dagsläget är Skellefteå Krafts hållbarhetsredovisning avskild från årsredovisningen, men Pettersson berättade att det finns planer för framtiden att integrera hållbarhetsredovisningen tillsammans med årsredovisningen, då det har fördelen att omfatta både det ekonomiska perspektivet respektive samhällets perspektiv i en och samma redovisning.

4.2.3 Umeå Energi AB

För mer än 120 år sedan tände Umeå Energi för första gången gatubelysningen i Umeå. Idag bedriver bolaget, vilket titulerar sig som umeåbornas eget energibolag, även sin verksamhet inom kommunikation. Via sina helägda dotterbolag tillgodoser de sina kunder med tjänster inom el, fjärrvärme och -kyla, bredband samt kabel-tv. Enligt deras hemsida räknas Umeå Energis bredband idag till ett av västvärldens snabbaste, vilket gör Umeå till en av de mest

uppkopplade städerna i världen. Företaget redovisade år 2014 en nettoomsättning på cirka 1460 miljoner svenska kronor och har cirka 340 anställda (Umeå Energi, 2014). Umeå Energi utgör ett kommunalägt energibolag och utlovar el från 100 % förnyelsebara källor (Umeå Energi, n.d.a).

På hemsidan framgår det tydligt att företagets vision är att ”ge våra kunder en enklare vardag och en hållbar framtid till alla” (Umeå Energi, n.d.b). Att företaget vill ligga i framkant gällande hållbarhet framkommer flera gånger på hemsidan men även under intervjun med Henrik Bristav, hållbarhetsstrateg vid Umeå Energi. Sedan 18 år tillbaka har Bristav varit anställd på företaget och arbetat med diverse arbetsuppgifter som berör hållbarhet. Han har under sina verksamhetsår sett en utveckling mot allt mer fokus på hållbarhets- och miljöfrågor.

Varför?

Bristav nämnde under intervjun att många frågor de får, vid kontakt med bland annat universitetsstudenter, berör just hållbarhet och både han och Umeå Energis hemsida uttrycker det som att hållbarhet utgör en av bolagets mest utmärkande egenskaper och prioriterade uppgifter.

Anledningen till att Umeå Energi valde att börja hållbarhetsredovisa har, enligt Bristav, handlat om att ”få frågan på bordet” och att det är extra relevant för just energibranschen. Vidare understryker han att den lett till en tydligare fokusering. Han menar på att tidigare årsredovisningar varit tunna och främst utgjort en marknadsföringskanal, med ett tydligt fokus på försäljning och siffror. Genom att integrera hållbarhetsredovisningen kan de idag istället redovisa ett mer sakligt och faktainfluerat innehåll och därmed vara mer öppna gentemot sina intressenter med vad de egentligen gör. En annan fördel utgör att de i samband med hållbarhetsredovisningen upprättat en intressentanalys vilket möjliggjort för företaget att idag arbeta med det som uppfattas som viktigast av intressenterna. Vid intressentundersökningen framkom det att intressenterna prioriterade tjänstefokusering, leveranssäkerhet samt miljö och utsläpp. På hemsidan framgår det att hållbarhetsredovisningen utgjort ett sätt att integrera hållbarhet som en del av koncernens övergripande strategi (Umeå Energi, n.d.a). Till följd av

hållbarhetsredovisningen har andra relevanta nyckeltal kunnat inkluderas vilket möjliggjort att företaget lättare kunnat följa upp de förändringar som gjorts. Generellt tycker Bristav att hållbarhetsredovisning utgör ett bra verktyg för att kommunicera hållbarhet på ett bra sätt.

Bristav avslår att konkurrenterna haft en inverkan på beslutet att börja hållbarhetsredovisa. Han uppger istället att det är “roligare att vara bland de som kommer först, än bland de som kommer sist” och återkopplar till uttalandet att hållbarhet utgör ett av verksamhetens ledord. Bland de största konkurrenterna nämner han nära förankrade elhandelsbolag i övriga Norrland, men säger samtidigt att konkurrensen är av en mer “vänskaplig karaktär”.

På frågan gällande hur stor andel av elhandelsbolagen i Sverige som han tror hållbarhetsredovisar gissade Bristav knappt hälften och en minoritet snarare än en majoritet. På följdfrågan varför inte fler inom branschen hållbarhetsredovisar är han övertygad om att det inte handlar om ett aktivt val från elhandelsbolagens sida. Snarare menar han att alla har ambitionen att hållbarhetsredovisa men att det kräver en insats, vilket han tror utgör anledningen till att många inte upprättat det ännu.

För vem?

Hållbarhetsredovisningen riktar sig till Umeå Energis intressenter i form av ägare, kunder, leverantörer, myndigheter och alla de som är intresserade av den bedrivna verksamheten. Enligt Bristav utgör den viktigaste intressenten kunderna och då mer specifikt de större kunderna och inte privatpersoner. “Gillar inte de vad vi gör så är vi illa ute”. För att utforma hållbarhetsredovisningen i den utsträckningen att den anpassas till intressenterna, och då framförallt kunderna, har företaget gjort den lättillgänglig på deras hemsida och utformat den på ett estetiskt tilltalande sätt.

Hur?

Sedan år 2014 har Umeå Energi valt att ta sitt hållbarhetsarbete ett steg längre genom att börja upprätta hållbarhetsredovisning. Hållbarhetsredovisningen har upprättats i enlighet med GRIs riktlinjer och den andra rapporten ska närsom offentliggöras. På frågan om varför företaget

beslutade sig för att använda GRIs version G4 var svaret att riktlinjerna utgör de största och därmed mest vedertagna. I version G4 uppnår Umeå Energi core-nivån (Umeå Energi, 2014). Dock uttryckte Bristav viss kritik mot ramverkets tvetydighet och att det därmed stundvis varit svårt att tillämpa.

Sett till hållbarhetsredovisningens utformning är den integrerad i årsredovisningen från samma år. Anledningen till detta, ”för att öka transparensen gentemot våra intressenter och tydligare visa hur hållbarhet påverkar och driver vår affär” går att utläsa i hållbarhetsredovisningen (Umeå Energi, 2014, s.6). Då hållbarhetsredovisning fortfarande utgör ett nytt koncept för koncernen bekräftar Bristav att det är svårt att uttala sig om framtida hållbarhetsrapporter. Han medger dock att det, trots att de hittat ett format som de trivs med, finns delar som de behöver arbeta vidare med. Därmed kan en del mindre förändringar av hållbarhetsredovisningen för år 2015 vara att vänta. Att den skulle komma att utökas ställer han sig dock tveksam till. “Den ska vara i ett format så att folk orkar läsa den”. Vidare anser Bristav inte att det behöver en tredjeparts godkännande med argumentet att det nog hade varit mer aktuellt om de utgjort en internationell koncern.

När frågan uppkom om hur han ser på hållbarhetsredovisningens roll som fenomen och dess framtid svarade Bristav “hållbarhetsredovisning är här för att stanna”. I samband med uttalandet nämnde han även det kommande lagförslaget gällande obligatorisk hållbarhetsredovisning för större företag.

4.2.4 Sammanfattning av flerfallstudier

Tabell 5. Varför, för vem och hur fallföretagen hållbarhetsredovisar.

	SHE	Skellefteå Kraft	Umeå Energi
Varför?	<ul style="list-style-type: none"> * Tidigare hållbarhetsarbete * Öppenhet * Marknadsföringskanal 	<ul style="list-style-type: none"> * Strategi * Tydligare struktur * Skapa affärsmöjligheter 	<ul style="list-style-type: none"> * Ledord: Hållbarhet * Branschspecifikt * Öppenhet * Strategi * Vara i framkant
För vem?	<ul style="list-style-type: none"> * Samtliga intressenter 	<ul style="list-style-type: none"> * Samtliga intressenter 	<ul style="list-style-type: none"> * Samtliga intressenter * Primärt kunder
Hur?	<ul style="list-style-type: none"> * Ej integrerad * G3, nivå A 	<ul style="list-style-type: none"> * Ej integrerad, vill integrera i framtiden * G4, nivå core 	<ul style="list-style-type: none"> * Integrerad * G4, nivå core

5. Analys

I kapitlet analyseras resultaten som framkommit genom undersökningen av elmarknaden samt svaren från intervjuerna. Detta har analyserats utifrån den teoretiska samt den praktiska referensramen, med utgångspunkt i studiens syfte och frågeställningar, tillsammans genom två analysmodeller.

5.1 Förekomsten av hållbarhetsredovisningar hos elhandelsbolag

Tabellen nedan tydliggör att de som omfattas av lagförslaget respektive inte omfattas av lagförslaget har analyserats utifrån respektive teori. Under intressentteorin nämns och analyseras de intressenter som primärt kan anses ha haft en påverkan på företagens beslut att hållbarhetsredovisa eller inte hållbarhetsredovisa samt vilka intressenter hållbarhetsredovisningen riktar sig till. Legitimitetsteorin förklarar hur beslutet, att hållbarhetsredovisa eller inte hållbarhetsredovisa, kan ha legitima motiv. Institutionell teori förklarar istället huruvida andra faktorer såsom kultur, imitation av konkurrenter och tvång påverkar företag till att börja upprätta hållbarhetsredovisning och hur de därmed tenderar att bli mer lika varandra.

Tabell 6. Förekomsten av hållbarhetsredovisningar hos svenska elhandelsbolag samt bakomliggande orsaker till detta utifrån studiens praktiska och teoretiska referensram.

	Intressentteorin	Legitimitetsteorin	Institutionell teori
Omfattas av lagförslag	<ul style="list-style-type: none"> * Samhället * Myndigheterna, i form av reglering och tillsyn * Media (Ju större företag desto mer övervakning) * Ägarna * Anställda * Kunder 	<ul style="list-style-type: none"> * Socialt kontrakt med samhället * Stora företag visar upp det de gör bra för att förflytta uppmärksamheten från det som är dåligt * Försvarsmekanism * Fylla gapet * Utbilda och informera * Ledningsperspektiv 	<ul style="list-style-type: none"> * Tvångsisomorfism * Mimisk isomorfism: konkurrensfördel, imiterar konkurrenterna * Normativ isomorfism - praxis att större företag hållbarhetsredovisar * Kulturellt i branschen att göra det

Omfattas inte av lagförslag	<ul style="list-style-type: none"> * Samhället * Ägarna * Anställda (större chans att påverka i ett litet företag) * Kunder 	<ul style="list-style-type: none"> * Socialt kontrakt med samhället * Fylla gapet * Utbilda och informera * Institutionellt perspektiv (symboler, ritualer) 	<ul style="list-style-type: none"> * Mimisk - efterliknar de större företagen * Normativ - branschspecifikt - kulturellt * Tvångsisomorfism - någon särskild intressent trycker på
--	---	---	---

5.1.1 Elhandelsbolag som hållbarhetsredovisar

Studien har visat att endast en minoritet, det vill säga 10 %, av elhandelsbolagen hållbarhetsredovisar frivilligt i dagsläget. Av de 35 % av elhandelsbolagen på elmarknaden som förväntas omfattas av lagkravet är det 24 %, det vill säga tio elhandelsbolag, som redan hållbarhetsredovisar. Kännetecknande för de tio elhandelsbolagen som hållbarhetsredovisar är att de främst ägs av kommuner. Detta överensstämmer med den ägarstruktur som främst kännetecknar elmarknaden, då antalet kommunägda elhandelsbolag utgörs av 53 %. Det verkar därmed föreligga ett samband mellan kommunägda elhandelsbolag och de som hållbarhetsredovisar. I övrigt ingår de tre stora privata aktörerna, E:on, Fortum och OKQ8 bland de som förväntas omfattas av lagkravet och som redan hållbarhetsredovisar. Då dessa tre tillsammans med Vattenfall utgör de största elhandelsbolagen i Sverige, kan ett andra samband mellan storlek och förekomsten av hållbarhetsredovisning urskiljas. Endast två elhandelsbolag, som inte förväntas omfattas av lagkravet, hållbarhetsredovisar idag, SHE och MSE.

Intressentteorin

Intressentteorin kan användas för att beskriva och analysera förekomsten av hållbarhetsredovisningar som ett sätt att leva upp till olika intressenters krav och till vilka intressenter hållbarhetsredovisningen riktar sig till. Vilka intressenter som har störst påverkan på beslutet att upprätta hållbarhetsredovisning beror på definitionen av en intressent samt huruvida intressenter delas upp i primära och sekundära intressenter. Om uppdelningen i primära och sekundära intressenter görs kan ett antal potentiella primära intressenter urskiljas.

Utifrån de elhandelsbolag, vilka frivilligt väljer att upprätta hållbarhetsredovisning idag, kan det urskiljas att samhället utgör en viktig och därmed en primär intressent. Detta verkar vara kännetecknande för samtliga elhandelsbolag som upprättar hållbarhetsredovisning idag, både de elhandelsbolag som omfattas av lagförslaget och de som inte omfattas. Om samhället utgör en viktig intressent med stor påverkan på elhandelsbolaget kan det också tänkas att det är till samhället elhandelsbolaget främst riktar sin hållbarhetsredovisning.

En åtskillnad görs mellan de som omfattas av lagförslaget och de som inte gör det gällande myndigheter som en primär intressent. För de som omfattas av lagförslaget kommer myndigheterna i framtiden att utgöra en viktigare intressent på grund av den reglering och tillsyn som lagkravet kommer att medföra, än för dem som inte omfattas av lagförslaget. Redan nu kan det tänkas att de elhandelsbolag som förväntas omfattas håller sig uppdaterade kring lagkravsprocessen. För de elhandelsbolag som omfattas av lagförslaget kan det därmed argumenteras för att myndigheterna redan idag utgör en viktig intressent. Av de elhandelsbolag som frivilligt hållbarhetsredovisar idag är det dock inte troligt att hållbarhetsredovisningen primärt riktar sig direkt till myndigheterna då det ännu inte föreligger något lagkrav.

För många bolag kan det även tänkas att media utgör en viktig intressent. Ju större bolag, desto mer av ett allmänintresse utgör bolaget, till exempel elhandelsbolagen E:on och Fortum, varför dessa ständigt övervakas av media. Det allmänna intresset grundar sig på att de har många anställda, är förankrade i hela Sverige och därmed påverkar fler människor. För dessa två elhandelsbolag spelar därmed media en viktig roll, men media kan även tänkas utgöra en primär intressent för stora, kommunägda elhandelsbolag. För de elhandelsbolag som är mindre och därmed inte omfattas av lagförslaget, såsom SHE och MSE, är inte media en lika betydlig intressent.

Ägarna utgör en primär intressent både för de företag som omfattas av lagförslaget och inte, då det är de som tar alla beslut i företaget. I båda fallen bör därmed ägarna ha haft en stark påverkan på beslutet att hållbarhetsredovisa. En åtskillnad mellan kommunägda och privatägda elhandelsbolag kan dock göras sett utifrån ägarna som en intressent. Kommunen, i

form av ägare till kommunägda elhandelsbolag, kan tänkas sätta krav på ett upprättande av hållbarhetsredovisning. Dessa krav kan grunda sig på legitima eller samhällsnyttiga motiv. Ägarna hos ett privat bolag kan dock snarare ha ett vinstdrivande motiv. Detta vinstdrivande motiv kan utgöra ett skäl till att endast de som är medvetna om att de i framtiden kommer att omfattas av lagkravet frivilligt väljer att hållbarhetsredovisa då det i övrigt ses som en för stor kostnad. I motsats till detta finns det studier som visat på ett samband mellan socialt ansvar och lönsamhet. Därmed kan hållbarhetsredovisningen ses som ett verktyg för att öka privata elhandelsbolags vinst varpå det i sådana fall ekonomiskt gynnar företaget att hållbarhetsredovisa. Utifrån detta perspektiv torde dock fler privata aktörer hållbarhetsredovisa.

För de elhandelsbolag som frivilligt väljer att hållbarhetsredovisa och inte omfattas av lagförslaget kan de anställda utgöra en viktig intressent. Detta då en enskild anställd har en relativt större chans att påverka företaget till att hållbarhetsredovisa då bolaget är mindre och har färre anställda. Möjligheten för en enskild anställd att påverka företaget beror dock på vilken befattning personen innehar och huruvida det finns möjligheter för öppna dialoger på företaget. I ett större elhandelsbolag med flera hundratal anställda kan det vara svårare för en enskild anställd att påverka företaget till att hållbarhetsredovisa. Dock är chansen stor att ett stort bolag har en eller ett flertal anställda som är insatta i hållbarhetsfrågor och därav påverkar företaget till att hållbarhetsredovisa, varför anställda även utgör en viktig intressent för de stora elhandelsbolagen som omfattas av lagförslaget.

Gemensamt både för elhandelsbolag som omfattas respektive inte omfattas av lagförslaget är att kunderna utgör en primär intressent, då de genom sin köpkraft är kritiska för företagets fortlevnad. Det kan även argumenteras för att de utgör en primär intressent i upprättandet av hållbarhetsredovisning ifall de ställer krav på att informeras om vad företaget utför i sitt hållbarhetsarbete. Ju större kund desto större påverkan, då en förlorad affärsmöjlighet med en stor kund kan ha förödande konsekvenser för verksamheten. Det behöver inte innebära att företaget går i konkurs men däremot kan en omstrukturering således bli nödvändig.

Legitimitetsteorin

Utifrån legitimitetsteorin kan det ses som att elhandelsbolagen, både för de som omfattas och de som inte omfattas av lagförslaget, har ett socialt kontrakt med samhället där det gäller för företagen att leva upp till de förväntningar som finns. Då elbranschen ägnar sig åt en förorenande verksamhet är det av särskilt vikt för elhandelsbolag att hantera de förväntningar som ställts på ett bra sätt. I de fall företagens agerande inte överensstämmer med de förväntningar som finns och det därmed finns ett gap kan företagen använda sig av hållbarhetsredovisningen som ett sätt att öka sin transparens och således minska gapet. Elhandelsbolag som frivilligt upprättar hållbarhetsredovisning utan att omfattas av lagförslag visar på så vis en positiv bild för sina intressenter. Viljan att ta ansvar för hållbarhet, fastän de inte omfattas av något krav, bidrar till att det sociala kontraktet stärks. Dessutom kan det ses som att gapet minskas då företaget följer den hållbarhetstrend som pågår i samhället. Hållbarhetsredovisningen kan på så vis ses som ett sätt för företagen att ta sitt ansvar gentemot samhället trots att ett lagkrav, i nuläget, saknas för samtliga berörda elhandelsbolag. Det som talar för att elhandelsbolag, iallafall delvis, agerar i samhällets intresse är det faktum att de frivilligt betalar den kostnad, i tid och pengar, som upprättandet av en hållbarhetsredovisning faktiskt innebär. I vissa fall behöver inte lagförslaget ha utgjort någon bakomliggande orsak på så vis att vissa elhandelsbolag inte förväntas omfattas av lagkravet medan andra upprättat hållbarhetsredovisning i flera år innan direktivet från EU offentliggjordes. I bilaga 2 kan det utläsas att de stora aktörerna E:on, OKQ8 och Fortum började hållbarhetsredovisa innan EU-direktivet blev aktuellt. Även statliga Vattenfall började hållbarhetsredovisa redan fyra år innan det statliga lagkravet gick igenom. I dessa fall är det istället något annat som varit drivkraften till att elhandelsbolagen börjat upprätta hållbarhetsredovisning. Upprättandet av hållbarhetsredovisning kan på detta sätt förklaras som ett legitimt agerande.

Ett sätt för elhandelsbolagen att upprätthålla sin legitimitet kan vara genom Lindbloms första strategi, där bolagen lägger vikt vid att utbilda och informera deras primära intressenter om de handlingar som de faktiskt genomfört. Ett bra sätt att göra detta på är genom att upprätta en hållbarhetsredovisning. Särskilt utmärkande verkar detta vara för stora aktörer då det är de som besitter mest resurser. Förutom de stora, privata aktörerna kan detta resonemang även tänkas appliceras på kommunägda elhandelsbolag, vilka kan tänkas vilja föregå med ett gott

exempel och i och med detta vara beredda på att betala den kostnad det medför att hållbarhetsredovisa.

Det går även att applicera den andra strategin, som handlar om att ändra intressenternas uppfattning istället för att ändra det faktiska agerandet, på vissa elhandelsbolag. Detta innebär dock oftast att intressenterna förses med felaktiga uppgifter, vilket försvåras av att hållbarhetsredovisningen upprättas i enlighet med specifika riktlinjer och ofta styrks av en tredje part. I denna studie går det därför inte att uttala sig om ett specifikt exempel där detta har förekommit. Även den fjärde strategin, som innebär att företag försöker försvara sitt agerande genom att hävda att ställda förväntningar är orimliga, är svår att tillämpa på de resultat som framkommit av studien. Dock kan det tänkas att vissa elhandelsbolag är av uppfattningen att hållbarhetsredovisningen utgör ett orimligt och därmed ouppnåeligt krav varför de inte hållbarhetsredovisar i dagsläget.

Gemensamt för samtliga elhandelsbolag är att det finns ett intresse av att visa upp de positiva sidorna av ens verksamhet. Detta oavsett om det grundar sig i ett vinstintresse, vilket är utmärkande för privata bolag, eller ett generellt intresse för verksamhetens fortlevnad, vilket är utmärkande för samtliga bolag. Att lyckas med att förmedla en positiv bild av företaget kan uppnås genom att förflytta fokus från de negativa sidorna till de positiva sidorna av verksamheten, vilket isåfall överensstämmer med Lindbloms tredje strategi. Media, med sin granskande funktion, syftar till att upplysa samhället med den information som har störst genomslagskraft och därmed är av störst, allmänt intresse. Detta är särskilt utmärkande för stora elhandelsbolag, som omfattas av lagförslaget och som ständigt övervakas av media. Hållbarhetsredovisningen kan då ses som en slags försvarsmekanism, där företagen ges en möjlighet att försvara sitt agerande samt beslut som tagits och på så vis bibehåller företagen sin legitimitet. Det som styrker att denna strategi tillämpas är att hållbarhetsredovisningar ofta upprättas av de aktörer som blir mest kritiserade, såsom Vattenfall, E:on och Fortum. Detta står i kontrast till SHE och MSE som, då de inte omfattas av lagförslaget, överstiger de lagförda förväntningar som ställts på dem genom att frivilligt upprätta hållbarhetsredovisningar.

Legitimitetsteorins uppdelning i ett ledningsperspektiv och ett institutionellt perspektiv kan appliceras olika beroende på om det utgör företag som omfattas eller inte omfattas av lagförslaget. Ledningsperspektivet är främst förknippat med de företag som i sin strävan efter att uppfattas som legitima manipulerar sina intressenter genom att skönmåla verksamheten, vilket syftar till att få företaget att uppfattas som pålitligt. Detta kan framförallt aktualiseras hos privata företag, främst bland de som omfattas av lagförslaget, där den upprättade hållbarhetsredovisningarna kan tänkas innehålla endast de delar som bidrar till en positiv bild av verksamheten. Detta för att generera mer i vinst. Genom att manipulera sina intressenter till att tro att företaget är mer pålitligt än vad det egentligen är uppnås en slags legitimitet. Denna skönmålning av verksamheten är också det som främst kritiserats vad gäller upprättade hållbarhetsredovisningar. Vidare utgår det institutionella perspektivet från företag som har hållbarhet som en viktig del av kulturen i verksamheten. Perspektivet tillämpas främst hos företag som inte omfattas av lagförslaget då de erhåller sin legitimitet från samhället och även uppnår stabilitet när de har hållbarhet som en slags kultur i företaget. Det skulle även kunna gå att tillämpa på stora bolag, men att få en och samma kultur att genomsyra en verksamhet kan bli svårare ju fler anställda som omfattas. I denna studie kan det institutionella perspektivet därmed främst appliceras på SHE och MSE där det kan tänkas att deras val att hållbarhetsredovisa grundar sig på en företagskultur som genomsyras av hållbarhet.

Värt att nämna i sammanhanget är dock att denna studies undersökning visat att många aktörer på elmarknaden upprättar alternativa redovisningar, såsom klimatbokslut och miljöredovisningar. Elmarknaden kännetecknas även av ett stort hållbarhetsarbete överlag och är ofta certifierade enligt ISO 14 001. Detta tyder på att elhandelsbolagen använder sig av alternativa sätt, och att det inte nödvändigtvis behövs en hållbarhetsredovisning, för att de ska uppnå legitimitet.

Institutionell teori

Utifrån institutionell teori kan mimisk isomorfism, normativ isomorfism samt tvångsisomorfism, urskiljas både för de företag som omfattas respektive inte omfattas av lagförslaget.

Det förstnämnda, den mimiska isomorfismen, kan tillämpas av de elhandelsbolag som inte omfattas av lagförslaget på så sätt att de vill efterlikna de större företagen och därmed tenderar att imitera dessa. I de fall där större elhandelsbolag hållbarhetsredovisar väljer därmed även mindre elhandelsbolag att göra detta, vilket gör att de mindre tenderar att efterlikna de större mer och mer. Valet att upprätta hållbarhetsredovisning kan då bero på att konkurrenterna, i och med hållbarhetsredovisningen, uppfattas ha en konkurrensfördel. Med tanke på den konkurrensutsatthet som kännetecknar elmarknaden är det viktigt för elhandelsbolagen att ta till de åtgärder som krävs för att generera affärsmöjligheter. Detsamma gäller för de företag som omfattas av lagförslaget, om än inte i lika stor utsträckning, då lagförslaget för dem kan antas spela en större roll. Det faktum att E:on valde att börja hållbarhetsredovisa året efter Vattenfall kan förklaras genom mimisk isomorfism, då det kan ses som att E:on inte ville vara sämre än Vattenfall. Året efter E:on började även SHE att hållbarhetsredovisa, vilket tyder på en vilja hos SHE att ta efter de största aktörerna. Detta tyder på att den konkurrensfördel som hållbarhetsredovisningen i sådana fall medfört har ansetts som särskilt fördelaktig av SHE. Detta kan vara den bakomliggande anledningen till att en mindre aktör såsom SHE varit snabb på att efterlikna de större aktörerna.

Den normativa isomorfismen grundar sig på att det finns ett särskilt arbetssätt eller viss institutionell praxis inom en bransch. Den institutionella praxisen gällande hållbarhetsredovisning på elmarknaden kan tolkas på två sätt. Sett till antalet aktörer som hållbarhetsredovisar, utgör detta en minoritet, varför det kan ses som att det är praxis att inte hållbarhetsredovisa på elmarknaden. Dock hållbarhetsredovisar majoriteten av de aktörer som är marknadsledande, varför det kan ses som praxis sett utifrån andelar av marknaden. Det normativa kan på så vis uppstå när elhandelsbolag är medvetna om att de större och ledande elhandelsbolagen, såsom E:on och Vattenfall, väljer att hållbarhetsredovisa. Det kan även tänkas grunda sig på en vetskap om att elbranschen tillhör dem som hållbarhetsredovisar mest och att det därmed finns påtryckningar till att leva upp till sitt rykte. Ett annat exempel av normativ isomorfism är att se till ägarstrukturen bland elhandelsbolagen. Majoriteten, nio av de tolv, som väljer att frivilligt upprätta hållbarhetsredovisning är kommunägda, vilket tyder på att det finns en viss kultur bland kommunägda elhandelsbolag. Detta kan bland annat bero på en vilja att ta sitt hållbarhetsarbete till nästa nivå och beror förmodligen på att de

kommunägda elhandelsbolagen inte kännetecknas av ett vinstintresse jämfört med de privata elhandelsbolagen.

Tvångsisomorfismen skiljer sig åt beroende på om elhandelsbolaget omfattas av lagförslaget eller inte. De elhandelsbolag som omfattas av lagförslaget kommer, om lagkravet går igenom, att tvingas hållbarhetsredovisa och därmed bli mer lika varandra till följd av det. Ett exempel på elhandelsbolag som förväntas omfattas och som även uppgett att de kommer börja upprätta hållbarhetsredovisning är Sollentuna Energi och Miljö. Detta kan ses som ett exempel på tvångsisomorfism då Sollentuna Energi och Miljö antas vara medvetna om det stundande lagkravet. Utifrån de elhandelsbolag som inte omfattas av lagförslaget kan tvångsisomorfism istället uppstå om det finns någon värdefull intressent som trycker på att företaget ska upprätta hållbarhetsredovisning och företaget därmed ser sig som illa tvungna att vara intressenten till lags. I SHEs och MSEs fall kan det tänkas handla om att en primär intressent, i form av någon anställd, någon kund eller ägarna i form av kommunen, som ställt krav om en hållbarhetsredovisning. Tvångsisomorfism på detta sätt kan även tänkas uppstå i stora bolag, men spelar en mindre roll då det för dem istället är lagförslaget som är av avgörande betydelse.

Ett exempel på när decoupling uppstår på elmarknaden är när elhandelsbolagen utlovat ett agerande som de sedan inte kunnat uppfylla fullt ut. De företag som marknadsför sitt löfte om 100 % förnybar el genom ursprungsmärkningen och det sedan framkommit att det inte går att garantera, utgör därmed ett exempel på decoupling.

5.2 Varför upprättar elhandelsbolag som inte omfattas av nuvarande lagkrav hållbarhetsredovisning?

Tabellen nedan tydliggör hur de valda teorierna har använts för att analysera svaren från intervjuerna med studiens fallföretag. Respektive teori har tillämpats i denna tabell för att beskriva och analysera varför, för vem och hur de valda fallföretagen hållbarhetsredovisar.

Tabell 7. Bakomliggande anledningar till frivilligt upprättade hållbarhetsredovisningar.

	Intressentteorin	Legitimitetsteorin	Institutionell teori
Varför?	<ul style="list-style-type: none"> * Skapa affärsmöjligheter * Tydligare struktur * Marknadsföringskanal 	<ul style="list-style-type: none"> * Öppenhet * Marknadsföringskanal * Vara i framkant 	<ul style="list-style-type: none"> * Tidigare hållbarhetsarbete (kultur och praxis) * Branschspecifikt * Strategi * Ledord: Hållbarhet
För vem?	<ul style="list-style-type: none"> * Inga primära: Samtliga intressenter * Kunder är primära 	<ul style="list-style-type: none"> * Samhället, socialt kontrakt 	<ul style="list-style-type: none"> * (Myndigheter), tvångsisomorfism
Hur?	<ul style="list-style-type: none"> * Lättläst och förenklat format * Lättillgängligt 	<ul style="list-style-type: none"> * Ramverket erkänt, legitimt 	<ul style="list-style-type: none"> * Branschpraxis, med GRI

5.2.1 Intressentteorin

Som svar på frågan varför fallföretagen hållbarhetsredovisar, utifrån intressentteorin, kan det ses som att hållbarhetsredovisningen upprättas för företagets intressenter. Ett exempel med hänsyn till intervju svaren utgörs av befintliga och potentiella kunder. Detta förstärks av Skellefteå Krafts uttalande om att hållbarhetsredovisningen kan användas för att generera affärsmöjligheter. SHEs syn på hållbarhetsredovisningen som bland annat en marknadsföringskanal kan också tolkas som ett sätt för företaget att kommunicera med kunderna. Både Umeå Energi och Skellefteå Kraft uppgav även att hållbarhetsredovisningen lett till en tydligare struktur och ett bättre fokus. Utifrån ett intressentperspektiv kan detta tänkas underlätta för de anställda, och därmed den interna styrningen, på företaget.

Både SHE och Skellefteå Kraft uppger att respektive företags samtliga intressenter är lika viktiga. Detta överensstämmer med det etiska perspektivet inom intressentteorin, vilket säger att alla intressenter är likvärdiga och har samma rätt till information. Även Skellefteå Krafts

uttalande om att det är ytterst viktigt att ha en bra dialog med samtliga intressenter stärker det etiska perspektivet. Umeå Energi skiljer sig från ovanstående elhandelsbolag på så sätt att, företagets kontaktperson Henrik Bristav, nämnt att de har en primär intressent. Den viktigaste intressenten utgör, enligt honom, kunderna. Att dela upp intressenterna i primära och sekundära intressenter görs utifrån intressentteorins ledningsperspektiv, då det innebär att intressenterna delas upp efter olika maktgrad. Hans uttalande om att kunderna utgör de viktigaste intressenterna kan tänkas förklaras genom att ett företag förväntas fortleva så länge kunderna har en köpkraft gentemot företaget. Om kundernas köpkraft saknas, trots att övriga intressenter har en välvillig inställning till företaget, kan däremot företaget istället förväntas gå i konkurs.

Samtliga fallföretag väljer att rikta sin hållbarhetsredovisning mot alla sina intressenter vilket överensstämmer med den breda definitionen av intressent. Det vill säga de riktar sig mot samtliga som är intresserade av att läsa deras hållbarhetsredovisning. Vilket både kan tyda på att företagen har få intressenter eller att de intressenter de har är liknande och på så vis lättare kan ta hänsyn till samtliga intressenters önskemål. Detta kan samtidigt bero på att företagen är kommunalägda och av den anledningen också anser att det är viktigt att ta alla intressenter i beaktande. Det som kan bli problematiskt är ifall intressenterna skulle vilja olika saker och det således skulle bli svårt för företaget att kunna ta hänsyn till alla på samma sätt som innan. Det leder till en svår balansgång där det blir svårt att veta vilken intressents åsikter som ska tas i beaktande i första hand. Detta då samtliga intressenter i sådana fall besitter lika hög grad av makt och det enligt teorin är maktgraden som avgör hur viktigt en intressent är för företaget. Vilket innebär att om alla intressenter är lika viktiga, blir det också problematiskt att ta hänsyn till samtligas åsikter. I Umeå Energis fall skulle förmodligen kunderna ha utslagsröst, men i de andra företagens fall är det svårare att uttala sig.

Det som tyder på att fallföretagen riktar sig till samtliga intressenter är att de offentliggör hållbarhetsredovisningen på sina respektive hemsidor och därmed gör den lättillgänglig. Detta svarar på frågan hur elhandelsbolagen upprättar hållbarhetsredovisningar enligt intressentteorin. Umeå Energi uppger även att hållbarhetsredovisningen syftar till att vara lättläst. De dialoger som Skellefteå Kraft har med sina intressenter syftar till att se om

hållbarhetsredovisningen lever upp till intressenternas förväntningar eller behöver förändras.

5.2.2 Legitimitetsteorin

Både SHE och Umeå Energi uttryckte att hållbarhetsredovisningen bidrar till en öppenhet med de handlingar som företagen vidtar. Exempelvis delar SHE upp hållbarhetsredovisningen i olika delar och redovisar därmed öppet sina åtaganden för miljön, samt det arbetet som företaget utför med den sociala och den ekonomiska delen av verksamheten. Öppenheten med företagets olika åtaganden bidrar till att intressenterna får en positiv bild av verksamheten och följaktligen kan legitimitet uppnås. Även om Skellefteå Kraft inte uttryckligen sagt att hållbarhetsredovisningen leder till öppenhet kan det antas att deras hållbarhetsredovisning också leder till det. Vidare nämner SHE att hållbarhetsredovisningen också utgör en marknadsföringskanal, vilket kan kopplas både till Lindbloms första och tredje strategi. Den första strategin på så sätt att hållbarhetsredovisningen används för att marknadsföra företaget och på så vis få stöd från samhället. I SHEs fall kan det handla om att använda hållbarhetsredovisningen för att visa att deras handlingar är föredömliga och, kanske till och med överstiger, de sociala förväntningar som finns. Hållbarhetsredovisningen som kanal kan även användas för att utbilda kunderna, i form av konsumenter, till att göra hållbara val vilket överensstämmer med synen av främst kommunägda bolag som en samhällsbärande funktion. Även den tredje strategin går att tillämpa, dock saknas svar från intervjuerna som stärker en sådan tillämpning. Detta då det inte framkommit något negativt om något av fallföretagen som de kan tänkas vilja förflytta uppmärksamheten från.

Uttalandet från Umeå Energi om att visionen är att företaget ska ligga i framkant gällande hållbarhet är intressant på så sätt att även det kan förklaras genom legitimitetsteorin. Att ligga i framkant kan tolkas som en vilja och strävan att därmed överträffa konkurrenterna i hållbarhetsanseendet. Hållbarhetsredovisningen kan i detta fall ses som en konkurrensfördel för Umeå Energi, där det handlar om att föregå med ett gott exempel framför att utgöra dem som istället tar efter. Att hållbarhet utgör ett av Umeå Energis viktigaste ledord kan även tolkas, utifrån legitimitetsteorins institutionella perspektiv, som att hållbarhet är starkt förankrat i deras företagskultur, vilket stärks ytterligare av det faktum att företaget har en hållbarhetsstrategi anställd. Det institutionella perspektivet kan även appliceras på SHE och

Skellefteå Kraft, då även dessa uppger att hållbarhet är en viktig del av företagskulturen. Att börja upprätta hållbarhetsredovisning utgjorde därmed ett naturligt steg för samtliga. I enlighet med det institutionella perspektivet inom legitimitetsteorin kan en analys göras kring att SHE har hållbarhetsredovisat i många år. Det kan därav ses som en del av den företagskultur som växt fram med åren och som också genomsyrar företagets värderingar, varför det kan analyseras att institutionella perspektivet särskilt går att tillämpa på SHE. Detta då Umeå Energi och Skellefteå Kraft inte hållbarhetsredovisat lika länge.

Legitimitetsteorin gör ingen uppdelning i primära och sekundära intressenter. Istället kan det tolkas som att det existerar ett socialt kontrakt mellan elhandelsbolagen och samhället, varför det kan ses som att elhandelsbolagen utgör en samhällsbärande funktion. I denna kontext ses det som att hållbarhetsredovisningen upprättas för samhället som helhet. Hållbarhetsredovisningen kan då ses som ett sätt för samtliga fallföretag att styrka relationen till samhället, förebygga ett eventuellt gap och på så sätt förvärva legitimitet. Mer specifikt för Umeå Energi och Skellefteå Kraft kan det faktum att företagen uttryckligen har en dialog med sina intressenter för att uppnå de förväntningar som finns, analyseras som ett sätt för företagen att förvara sitt sociala kontrakt med samhället. Även detta bidrar till legitimitet för företagen samt skapar en positiv bild av verksamheten. Exempelvis försöker Skellefteå Kraft uppnå sina uttalade intressenters önskningskrav och de krav som de har på företaget. Birgitta Pettersson, som är kontaktperson på Skellefteå Kraft, nämnde att anledningen till att ha dialoger med intressenter är för att få en bättre kännedom om vad de eventuellt kan ha i åtanke inför nästa hållbarhetsredovisning samtidigt som de får reda på vad intressenterna vill att Skellefteå Kraft ska redovisa. Genom dessa dialoger erhåller företaget legitimitet vilket leder till att de kan överleva på lång sikt, då Skellefteå Kraft agerar utifrån vad som är önskvärt hos intressenterna. Detta medför även att gapet inom legitimitetsteorin blir mindre, då företaget ständigt har kontakt med intressenter och tar hänsyn till deras synpunkter.

Gemensamt för de tre fallföretagen är att de väljer att tillämpa ett erkänt och välkänt ramverk som GRI, vilket medför legitimitet. Om de istället hade använt ett mindre känt ramverk kan det tänkas att detta inte hade medfört samma legitimitet. Detta bekräftas också genom intervjuerna där samtliga företag verkade nöjda med ramverket och inte indikerade att ett eventuellt byte skulle vara aktuellt. Både Umeå Energi och Skellefteå Kraft tillämpar den

senaste versionen av GRIs ramverk, G4, och gjorde även det i hållbarhetsredovisningen från år 2014. SHE tillämpade dock en äldre version av GRIs ramverk, G3, för hållbarhetsredovisningen år 2014. Detta kan tolkas som att det föreligger ett legitimitetsgap mellan SHE och samhället, då företaget agerar som de alltid har gjort, genom en fortsatt tillämpning av G3, trots att samhällets förväntningar har förändrats. Det behöver dock inte tolkas som att samhällets förväntningar har ändrats, i alla fall inte de lagförda förväntningarna, då det fortfarande var tillåtet att tillämpa G3 fram till slutet av år 2015. Anledningen som kan föreligga till att SHE valt att fortsätta tillämpa G3, trots att G4 utkom år 2013, är att de hållbarhetsredovisat så pass länge och att G3 därmed utgjorde praxis när företaget började upprätta hållbarhetsredovisning. Att övergå från G3 till G4 kommer därmed utgöra en omställning för SHE. Umeå Energi och Skellefteå Kraft började dock hållbarhetsredovisa först efter att G4 upprättades, varför kritik mot SHE i detta anseende inte känns befogat. SHE har dessutom uppgett att tanken är att börja hållbarhetsredovisa i enlighet med G4 när nästa hållbarhetsredovisning upprättas.

5.2.3 Institutionell teori

Inget av elhandelsbolagen uppgav att konkurrenterna haft någon anmärkningsvärd inverkan på beslutet att börja upprätta hållbarhetsredovisning. Detta påstående motsäger den institutionella teorins indelning i mimisk isomorfism, vilket innebär att företag tenderar att bli alltmer lika varandra till följd av att de imiterar andra företag. Dock kan det antas att företagen är medvetna om vad konkurrenterna gör. Detta kan kopplas till Bristavs uttalande vid intervjun med Umeå Energi om att “det är roligare att vara bland de första, än bland de som kommer sist”, vilket tyder på en viss kännedom om vad konkurrenterna gör. Då Umeå Energi och Skellefteå Kraft inte är de företag som var allra först med att upprätta hållbarhetsredovisning skulle det, i motsats till deras uttalande, kunna tolkas som att de tagit efter de företag som varit före dem i upprättandet. Förutsatt att de haft kännedom om att dessa hållbarhetsredovisar. Imiteringen skulle i detta fall kunna grunda sig på osäkerhet till följd av den hårda konkurrensen om kunderna och de låga priserna. Även den höga ambitionsnivån, vilken kan urskiljas hos samtliga fallföretag, kan utgöra en bakomliggande orsak. Ett bra exempel på detta är Skellefteå Krafts ambition om att bli Sveriges bästa energibolag. En analys som också kan göras är att Umeå Energi och Skellefteå Kraft, i alla fall indirekt, kan

tänkas ha påverkats av vad konkurrenterna gör och att valet att börja hållbarhetsredovisa därmed kan klassas som mimisk isomorfism. Denna analys stärks av Bristavs påstående om att den konkurrens som existerar framförallt är av lokal karaktär, det vill säga utgörs av andra elhandelsbolag inom det närliggande området. En potentiell sådan konkurrent skulle kunna utgöra Skellefteå Kraft, vilket också visat sig utgöra ett elhandelsbolag som hållbarhetsredovisar. Då båda började hållbarhetsredovisa samma år är det dock svårt att uttala sig om vilket av bolag som i sådana fall skulle ha imiterat den andre, vilket tyder på att arbetet snarare grundar sig på ett samarbete. Potentiella elhandelsbolag som de istället kan tänkas ha imiterat är till exempel E:on eller Vattenfall. Det kan däremot argumenteras för att SHE, som hållbarhetsredovisat i över tio år, inte i samma utsträckning kan utgöra ett exempel för mimisk isomorfism. I denna undersökning har det framkommit att SHE hamnar på tredje plats bland de elhandelsbolag som började med att upprätta hållbarhetsredovisning. Detta innebär att de svenska elhandelsbolag som SHE isåfall skulle kunna tänka sig ha imiterat är begränsat till att endast omfatta Vattenfall och E:on. Något som vidare talar för att SHE inte upprättar hållbarhetsredovisning som ett försök att imitera andra elhandelsbolag är verkställande direktör Kenneth Mårtenssons uttalande om att det snarare tvärtom är konkurrenterna som imiterar, eller har skäl att imitera, dem på grund av deras konkurrensfördelar.

Då SHE hållbarhetsredovisat mer än tio år kan det antas att den normativa isomorfismen följaktligen främst är kännetecknande för SHE. Detta då den normativa isomorfismen består av praxis och kultur och denna kultur kopplat till hållbarhetsredovisning kan tänkas vara starkt förankrad i SHEs verksamhet. Den normativa isomorfismen kan dock urskiljas även hos Umeå Energi och Skellefteå Kraft. Exempelvis utgör hållbarhetsredovisningen en del av både Skellefteå Krafts och Umeå Energis strategi, vilket tyder på att hållbarhet genomsyrar företagskulturen. Beslutet att hållbarhetsredovisa handlade, enligt Bristav på Umeå Energi, om att bidra till att hållbarhetsfrågor uppmärksammas och han anmärkte även på att arbetet är av särskild vikt för energibranschen specifikt. På detta sätt utgör hållbarhet ett av Umeå Energis ledord, vilket även kan tänkas vara fallet för Skellefteå Kraft och SHE. Detta kan tolkas som att energibranschen och då även elhandelsbolag utgör en samhällsbärande funktion och därmed bör föregå med ett gott exempel gällande hållbarhetsfrågor. Tolkningen förstärks ytterligare sett till KPMGs rapport, vilken nämner att energibranschen tillhör en av de

branscher som relativt sett hållbarhetsredovisar mest. Detta talar för att det finns en specifik praxis att arbeta med hållbarhet på elmarknaden generellt och att hållbarhetsredovisning därmed till följd av detta blir ett naturligt steg.

I studien som gjorts framkommer det att Skellefteå Kraft och Umeå Energi förmodligen kommer att omfattas av lagen om obligatorisk hållbarhetsredovisning, ifall den träder i kraft. Detta kan ses som en bakomliggande anledning till att företagen på senare år bestämt sig för att börja hållbarhetsredovisa och baseras på att de började hållbarhetsredovisa i samband med att EU-direktivet offentliggjordes. På detta sätt kan beslutet att börja hållbarhetsredovisa ses som ett exempel på tvångsisomorfism.

Ett sätt att förklara vem hållbarhetsredovisningen riktar sig till, utifrån institutionell teori, är i de fall då företagen inte har ett intresse av att upprätta hållbarhetsredovisning men sedan tvingas att upprätta hållbarhetsredovisning till följd av ett lagkrav. Det kan leda till att de enbart upprättar hållbarhetsredovisningen för syns skull då myndigheterna kräver det. På detta sätt kan det ses som att hållbarhetsredovisningen enbart riktar sig till myndigheterna för att på så vis tillgodose de lagförda förväntningarna. Detta resonemang om att hållbarhetsredovisningen upprättas enbart för myndigheterna går dock inte att applicera på de valda fallföretagen. Detta då de uttryckligen sagt att de vill upprätta hållbarhetsredovisning och således inte nämnt det stundande lagkravet som en bakomliggande anledning till att just de hållbarhetsredovisar.

Utifrån institutionell teori kan branschpraxis och GRI återigen nämnas och förklaras då främst genom normativ isomorfism. Detta då hållbarhetsarbete klassificeras som något specifikt för elbranschen. Att de tre fallföretagen tillämpar GRI, och samtliga snart även G4, visar också på att de tenderar att bli mer lika varandra. Det kan även tänkas att valet att tillämpa GRI grundar sig på att statliga Vattenfall gör det.

5.3 Sammanfattning av analys

Studien har bestått av följande frågeställningar:

- Hur stor andel av elhandelsbolagen i Sverige upprättar hållbarhetsredovisning och vilka bakomliggande orsaker finns det till detta?
- Varför väljer elhandelsbolag som inte omfattas av nuvarande lagkrav att hållbarhetsredovisa?
- Till vem eller vilka riktar elhandelsbolagen sin hållbarhetsredovisning?

Svaren på frågeställningarna lyder:

1. Hur stor andel av elhandelsbolagen i Sverige upprättar hållbarhetsredovisning och vilka bakomliggande orsaker finns det till detta?

- Studien har visat att majoriteten av elhandelsbolagen inte hållbarhetsredovisar, det vill säga endast 11 % upprättar hållbarhetsredovisning. Andelen elhandelsbolag på marknaden som frivilligt hållbarhetsredovisar uppgår till 10 %.
- Att hållbarhetsredovisningen utgör en kostnad och därmed kan uppfattas som ett ouppnåeligt och orimligt krav, förklarar varför inte fler hållbarhetsredovisar idag.
- Trots att inte samtliga elhandelsbolag upprättar hållbarhetsredovisningar, förekommer det många alternativa redovisningar.
- Hållbarhetsarbete är specifikt för elbranschen, men huruvida upprättandet av hållbarhetsredovisning utgör praxis i branschen kan ses på två sätt:
 - Praxis att elhandelsbolag inte hållbarhetsredovisar
 - Praxis bland marknadsledande elhandelsbolag att hållbarhetsredovisa.
- Majoriteten av elhandelsbolagen på marknaden är kommunägda, 53 %, vilket också kännetecknar de elhandelsbolag som främst hållbarhetsredovisar, 69 %. Detta tyder på att ägarstrukturen har en inverkan på beslutet att upprätta hållbarhetsredovisning.
- 35 % av marknaden förväntas omfattas av lagkravet, varav 24 % redan hållbarhetsredovisar. Endast två av dessa elhandelsbolag hållbarhetsredovisar fastän de inte förväntas omfattas. Detta tyder på att storleken har en inverkan på beslutet att upprätta hållbarhetsredovisning.

2. Varför väljer elhandelsbolag som inte omfattas av nuvarande lagkrav att hållbarhetsredovisa?

- Studien har utvisat följande bakomliggande anledningar till att elhandelsbolag upprättar hållbarhetsredovisning:
 - För att generera affärsmöjligheter
 - Utgör en marknadsföringskanal
 - Tydligare struktur och fokusering underlättar för de anställda
 - Ett sätt för företagen att stärka det sociala kontraktet med samhället
 - Bidrar till öppenhet, vilket ger legitimitet
 - Ett sätt att leva upp till sociala förväntningar, vilket också ger legitimitet
 - Utbilda och informera kunder om hur verksamheten bedrivs
 - Utgör en konkurrensfördel, ett sätt att ligga i framkant
 - Företagskultur där hållbarhet genomsyrar verksamheten, förklarar varför flest kommunägda elhandelsbolag hållbarhetsredovisar då dessa inte kännetecknas av vinstintresse
 - Förväntas omfattas av det nya lagkravet, till exempel Sollentuna Energi och Miljö
 - Vill efterlikna de marknadsledande aktörerna
 - Försvarsmekanism, minskar det gap som uppstår då elmarknaden bedriver förorenande verksamhet.
- Elhandelsbolag som började hållbarhetsredovisa innan EU-direktivet blev aktuellt har en alternativ drivkraft, till exempel att leva upp till sociala förväntningar och därmed erhålla legitimitet.
- De flesta elhandelsbolagen tillämpar GRI, vilket ger legitimitet då ramverket är vedertaget.

3. Till vem eller vilka riktar elhandelsbolagen sin hållbarhetsredovisning?

- Följande intressenter har identifierats som potentiellt primära vid upprättandet av hållbarhetsredovisning:
 - Samhället, främst för kommunägda
 - Myndigheterna, specifikt för de som omfattas av lagförslaget
 - Ägarna, primär för samtliga, dock olika bakomliggande motiv

- Media, framförallt för större bolag
- Anställda, beroende på möjligheter att kunna påverka
- Kunderna, ju viktigare kund desto större makt att påverka.

6. Diskussion och slutsatser

Kapitlet inleds med en redogörelse och diskussion kring de slutsatser som framkommit utifrån analysen av elmarknaden och studiens fallföretag. Dessa diskussioner och slutsatser besvarar studiens två delsyften. Vidare redogörs det i kapitlet för studiens trovärdighet och kvalitet samt de reflektioner som uppstått efter studien. Kapitlet avslutas med förslag på vidare forskning kring elmarknaden.

6.1 Diskussion och slutsatser

6.1.1 Förekomsten av hållbarhetsredovisningar hos elhandelsbolag och bakomliggande orsaker till detta

Att det är gruvdriftsbranschen, elbranschen och teknologi-, medie- och telekommunikationsbranschen som hamnar i topp bland de som hållbarhetsredovisar mest, i KPMGs rapport, kan tänkas bero på att samtliga kännetecknas av skandaler på grund av deras miljöförstörande verksamhet. Detta stärker synen på hållbarhetsredovisning som en försvarsmekanism. Denna studie har dock visat att majoriteten av de svenska elhandelsbolagen på marknaden inte upprättar hållbarhetsredovisning. Idag upprättar endast 11 % av elhandelsbolagen en hållbarhetsredovisning. 1 % av de som upprättar hållbarhetsredovisning, vilket utgörs av Vattenfall, omfattas av nuvarande lagkrav medan resterande 10 % frivilligt upprättar hållbarhetsredovisning. Utifrån KPMGs rapport om att elmarknaden tillhör de branscher som hamnar i topp bland de som hållbarhetsredovisar mest hade ett högre antal bland de elhandelsbolag som hållbarhetsredovisar i Sverige kunnat förväntas. Vad som ytterligare talar för att antalet skulle vara högre är det faktum att elmarknaden kännetecknas av hållbarhetsarbete. Att hållbarhetsarbete generellt är kännetecknande för elmarknaden behöver dock inte innebära att upprättandet av hållbarhetsredovisning är det. Att inte fler hållbarhetsredovisar kan bland annat grunda sig på att det innebär en hög kostnad eller en uppfattning att hållbarhetsredovisning utgör ett orimligt krav. Det kan även tänkas att de elhandelsbolag som inte hållbarhetsredovisar idag helt enkelt inte har ett intresse av att redovisa sitt arbete med hållbarhetsfrågor. Dock förekommer många alternativa redovisningar och andra former av hållbarhetsarbete. Att inte

fler hållbarhetsredovisar kan vara en följd av att dessa alternativa redovisningssätt istället prioriteras. Enligt undersökningen är det ett flertal elhandelsbolag, hela 42 stycken, som förväntas omfattas av lagkravet, varav 32 inte hållbarhetsredovisar idag. Dessa utgör ett flertal aktörer som, om lagen träder i kraft, behöver genomgå den omställning som lagkravet medför. Då det svenska lagförslaget omfattar fler företag än EU-direktivet kan det tänkas att det är ett antal elhandelsbolag som inte förväntat sig att de skulle omfattas men som nu gör det.

Att de flesta aktörerna på marknaden utgör kommunägda elhandelsbolag och att det är den ägarstrukturen som dominerar bland de som hållbarhetsredovisar innebär att det är kommunerna som är i framkant. Bakomliggande anledningar har visat sig vara kommunernas samhällsnyttiga funktion och avsaknad av vinstintresse. Ett mönster kan även urskiljas bland de största elhandelsbolagen i Sverige då dessa tenderar att hållbarhetsredovisa. En bakomliggande anledning till att det framförallt är större elhandelsbolag som hållbarhetsredovisar kan vara att det är de större bolagen som har de resurser som krävs för att upprätta hållbarhetsredovisning. Detta talar för ett samband mellan storlek och förekomst av hållbarhetsredovisning, vilket endast motsägs i undantagsfallen SHE och MSE. Dessa är också de två aktörer som upprättar hållbarhetsredovisning trots att de inte förväntas omfattas av lagkravet.

6.1.2 Varför upprättar elhandelsbolag som inte omfattas av nuvarande lagkrav hållbarhetsredovisningar?

I de fall hållbarhetsredovisningar upprättas utan ett lagkrav föreligger det en alternativ drivkraft, där studien utvisat ett flertal legitima och institutionella motiv. Det som är gemensamt för de aktörer på elmarknaden som hållbarhetsredovisar är att hållbarhet verkar utgöra en viktig del av företagskulturen. Hållbarhetsredovisning möjliggör även en tydligare struktur i elhandelsbolagens arbete med hållbarhetsfrågor, vilket underlättar arbetet för de anställda. Då flertalet elhandelsbolag är kommunägda verkar även ägarstrukturen spela en avgörande roll vid beslutet att börja hållbarhetsredovisa.

Hållbarhetsredovisningen har också visat sig utgöra en slags konkurrensfördel där många aktörer som valt att upprätta hållbarhetsredovisning gör det som ett sätt att ligga i framkant. På grund av att så få elhandelsbolag hållbarhetsredovisar kan hållbarhetsredovisningen fortfarande ses som ett sätt för företagen att urskilja sig från mängden. Ett alternativt sätt att se på hållbarhetsredovisningen som en konkurrensfördel är när elhandelsbolag registrerat att andra hållbarhetsredovisar och därmed valt att också göra det på grund av en uppfattning om att det utgör en konkurrensfördel. Således efterliknar elhandelsbolagen de marknadsledande aktörerna, vilka utgör de som framförallt hållbarhetsredovisar. Vidare har det visat sig att hållbarhetsredovisningen bidrar till öppenhet och att den används för att uppnå de sociala förväntningar som finns i samhället för att på så vis erhålla legitimitet. Genom att upprätta hållbarhetsredovisning stärker elhandelsbolag sitt sociala kontrakt med samhället.

Av de tolv elhandelsbolag som frivilligt hållbarhetsredovisar idag är det tio stycken som förväntas omfattas av lagförslaget. Därmed verkar det finnas en gemensam nämnare att de företag som hållbarhetsredovisar också riskerar att omfattas av det stundande lagkravet, varför lagförslaget kan ses som ett viktigt motiv till att hållbarhetsredovisa.

I motsats till de som inte hållbarhetsredovisar kan det antas att de elhandelsbolag som gör det är stolta över sitt hållbarhetsarbete och därmed har ett incitament till att redovisa det arbete de bedriver inom området. Då elmarknaden kännetecknas av förorenande verksamhet är det naturligt för elhandelsbolagen att samtidigt vilja uppmärksamma intressenterna om hur de motverkar sina föroreningar och agerar hållbart. Av denna anledning går det att argumentera för att hållbarhetsredovisningen som en försvarsmekanism särskilt är applicerbar på elmarknaden.

Hållbarhetsredovisningen som en marknadsföringskanal urskiljer sig också som ett viktigt motiv. Därav kan det ifrågasättas hur stor andel av hållbarhetsredovisningen som syftar till att generera affärsmöjligheter och hur stor del som verkligen utgör ett genuint hållbarhetsarbete. Slutligen blir hållbarhetsredovisningen en kostnadsfråga, vilket också urskiljs i studien då det främst är stora elhandelsbolag som hållbarhetsredovisar, och därmed något exklusivt för de företag som besitter de resurser som krävs. Trots en ökad medvetenhet kring hållbarhetsfrågor

innebär det inte automatiskt att alla har råd att hållbarhetsredovisa, då hållbarhetsarbete medför ständiga prioriteringar. De resurser som läggs på att upprätta en hållbarhetsredovisning innebär också en alternativkostnad på så sätt att de utgör resurser som hade kunnat läggas på faktiskt hållbarhetsarbete. Så länge det inte finns något lagkrav kan därmed ett bortfall vara att vänta, då det alltid kommer finnas aktörer som inte finner kostnaden försvarbar.

6.2 Studiens trovärdighet och kvalitet

Denna studie har beskrivit och analyserat förekomsten av hållbarhetsredovisningar hos elhandelsbolag samt bakomliggande anledningar till varför hållbarhetsredovisningar upprättas frivilligt. Reliabiliteten hos de slutsatser som framkommit av studien hade kunnat vara något högre ifall valda fallföretag hade varit mer olika sett till ägarstruktur, geografisk placering och möjligtvis storlek. Studiens reliabilitet kan dock anses hög sett till studiens fokusering på lagförslaget då ett fallföretag understiger kriterierna för att omfattas av lagkravet medan resterande två överstiger kriterierna. Den interna validiteten kring valet av studiens teorier bedöms som hög då valda teorier har tillämpats i liknande studier och därmed är tillämpbara även i detta sammanhang. Däremot kan sättet teorierna tillämpats på kritiseras då exempelvis intressentteorin inte helt svarar på frågan varför elhandelsbolag hållbarhetsredovisar. I studien har en slutsats dragits om ett antal potentiella primära intressenter vilka har analyserats som bakomliggande drivkrafter till att upprätta hållbarhetsredovisning. Däremot är det bara ett fallföretag som uttryckligen uppgett att de har en primär intressent, varför slutsatsen inte stärkts av samtliga intervju svar som framkommit. Detta kan urskiljas som kritik mot tillämpningen av intressentteorin i sammanhanget. Vidare uppstod det svårigheter med att analysera resultatet med hjälp av institutionell teori för att få svar på frågorna för vem och hur elhandelsbolagen hållbarhetsredovisar. Samtidigt är det att tillämpa teorierna på detta sätt som möjliggjort en del av de slutsatser som dragits. Den externa validiteten är hög på så sätt att de resultat som framkommit är generaliserbara när det kommer till kommunägda elhandelsbolag. Däremot hade den externa validiteten kunnat höjas i detta anseende ifall ägarstrukturen hade sett annorlunda ut, då det med mer säkerhet hade kunnat uttalas om övriga elhandelsbolags motiv.

6.3 Reflektioner efter studien

När det gäller de resultat som framkommit vid studien av förekomsten av hållbarhetsredovisningar på elmarknaden kan de tänkas bli annorlunda vid en liknande studie beroende på vilka avgränsningar som görs. Detta grundar sig på att elmarknaden utgör en komplex marknad och att det därmed är svårt att dra gränsen för vad som utgör ett elhandelsbolag. Exempelvis utgör OKQ8 inte ett renodlat elhandelsbolag, utan har drivmedel som sin primära verksamhet, varpå det kan tänkas att liknande studier hade exkluderat ett sådant företag.

6.4 Fortsatt forskning

Slutsatserna visar en mängd anledningar till varför elhandelsbolag väljer att upprätta hållbarhetsredovisning trots att de inte omfattas av något lagkrav. Med ett stundande lagkrav kan det dock tänkas att en förändring är att vänta inom detta område. Därmed skulle det vara intressant att undersöka vad lagkravet får för effekter på de elhandelsbolag som inte omfattas, då det kan tänkas att det i framtiden blir praxis att hållbarhetsredovisa. Andra förslag på fortsatt forskning är att studera elhandelsbolag som inte är ägda av kommunen. Med andra ord, en forskning kring företag med olika ägarstruktur där bakomliggande anledningar till upprättandet av hållbarhetsredovisningar undersöks. Ett ytterligare förslag är att ta studien ett steg längre och göra en jämförelse mellan de elhandelsbolag som frivilligt hållbarhetsredovisar och de elhandelsbolag som inte väljer att göra det.

Källförteckning

SFS 1991:900. *Kommunallagen*.

Europaparlamentets och rådets direktiv 2013/34/EU av den 26 juni 2013 om årsbokslut, koncernredovisning och rapporter i vissa typer av företag, om ändring av Europaparlamentets och rådets direktiv 2006/43/EG och om upphävande av rådets direktiv 78/660/EEG och 83/349/EEG.

Europaparlamentets och rådets direktiv 2014/95/EU av den 22 oktober 2014 om ändring av direktiv 2013/34/EU vad gäller vissa stora företags och koncerners tillhandahållande av icke-finansiell information och upplysningar om mångfaldspolicy.

Andersson, A. & Arvidsson, M. (2016). 2015 var ett år med stor elproduktion och rekordstor export av el, Tillgänglig online: <http://www.energimyndigheten.se/nyhetsarkiv/2016/2015-var-ett-ar-med-stor-elproduktion-och-rekordstor-export-av-el/> [Hämtad 9 maj 2016]

Basu, C. (2016). The Importance of Shareholders in Business, Tillgänglig online: <http://smallbusiness.chron.com/importance-shareholders-business-20844.html> [Hämtad 21 april 2016]

Boberg, H., & Reyes, M. (2011). Vinst med grönt samvete: en fallstudie av hur Vattenfall har utvecklat sitt CSR-arbete under det senaste decenniet, Kandidatuppsats, Företagsekonomiska institutionen, Uppsala universitet, Tillgänglig online: <http://uu.diva-portal.org/smash/get/diva2:427302/FULLTEXT01.pdf> [Hämtad 15 april 2016]

Bryman, A. (2011). *Samhällsvetenskapliga metoder. 2., [rev.] uppl.* Malmö: Liber

Bryman, A., & Bell, E. (2013). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. 2., [rev.] uppl. Stockholm: Liber

Clarkson, M.B. (1995). A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance, *The Academy of Management Review*, vol. 20, no. 1, pp.92-117

Compricer (2016). Lista över samtliga elbolag som jämförs, Tillgänglig online: <https://www.compricer.se/el/bolag/lista/> [Hämtad 27 april 2016]

Deegan, C., & Unerman, J. (2011). *Financial Accounting Theory*. 2nd European edition, New York: McGraw-Hill Education

DiMaggio, P.J. & Powell, W.W. (1983). "The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields", *American Sociological Review*, vol. 48, no. 2, pp.147-160

Ds 2014:45. *Företagens rapportering om hållbarhet och mångfaldspolicy*.

Ekman, J. (2015). Eon reklam, *Aktuell Hållbarhet*, 23 november, Tillgänglig online: <http://www.aktuellhallbarhet.se/bildspel-de-varsta-greenwash-reklamerna-genom-tiderna/eon/> [Hämtad 17 maj 2016]

Elpriskollen (n.d.). Tillgänglig online: <https://www.ei.se/sv/Elpriskollen/elbolag/> [Hämtad 9 maj 2016]

Elskling (2015). 10 procent lägre elpris att vänta 2016, Tillgänglig online: <http://www.elskling.se/pressrum/10-procent-lagre-elpris-att-vanta-2016/> [Hämtad 5 maj 2016]

Elskling (n.d.). Vi jämför alla elbolag, Tillgänglig online:

<http://www.elskling.se/jamfor/elbolag/> [Hämtad 27 april 2016]

Enact (2011). GRI-lansering: G4 har sett dagens ljus! Tillgänglig online:

<http://www.anpdm.com/article/0/40/424B504A74474A504071/958466> [Hämtad 13 april 2016]

Energimarknadsinspektionen (2014). Sveriges El- och Naturgasmarknad 2014, Tillgänglig online:

http://ei.se/Documents/Publikationer/rapporter_och_pm/Rapporter%202015/Ei_R2015_13.pdf [Hämtad 9 maj 2016]

Energimarknadsinspektionen (2016). Elmarknadens aktörer, Tillgänglig online:

<http://www.ei.se/sv/el/elmarknader-och-elhandel/Elmarknadens-aktorer/> [Hämtad 10 maj 2016]

Forslund, M. (2013). Organisering och ledning, 2. [uppdaterade] uppl. Malmö: Liber

Freeman, R. E. (1984). Strategic Management: A Stakeholder Approach, Boston [Mass.]: Pitman

Frostenson, M., Helin, S., & Sandström, J. (2015). Hållbarhetsredovisning - Grunder, praktik och funktion, Stockholm: Liber AB

Global Reporting Initiative (2015). G4 Sustainability Reporting Guidelines - Frequently asked questions, Tillgänglig online: <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/G4-FAQ.pdf> [Hämtad 9 maj 2016]

GRI (2006). RG. Riktlinjer för hållbarhetsredovisning [pdf] Tillgänglig online:

https://www.far.se/contentassets/fc9a7e4c15cf45c98fd838069253f8d2/gri_rg_swe_new_10.pdf [Hämtad 2 april 2016]

GRI (2015). About GRI, Tillgänglig online:

<https://www.globalreporting.org/information/about-gri/Pages/default.aspx> [Hämtad 2 april 2016]

GRI (2016). About Sustainability Reporting, Tillgänglig online:

<https://www.globalreporting.org/information/sustainability-reporting/Pages/default.aspx> [Hämtad 13 april 2016]

Habek, P., & Wolniak, R. (2015). Factors Influencing the Development of CSR Reporting Practices: Experts' versus Preparers' Points of View, *Engineering Economics 2015*, vol. 26, no. 5, pp.560-570

Hjalmarsson, E., & Juntorp, R. (2014). Hållbarhetsredovisning - En fallstudie av tre svenska energibolag, Magisteruppsats, Ekonomihögskolan, Lunds universitet, Tillgänglig online:

<http://lup.lub.lu.se/student-papers/record/4628264> [Hämtad 15 april 2016]

Islam, M.A. & Deegan, C. (2008). Motivations for an organization within a developing country to report social responsibility information: Evidence from Bangladesh, *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, vol. 21, iss: 6, pp.850-874

Jansson, K. (2013). Slutreplik "Telge kör med falsk miljöprofil", *Aktuell Hållbarhet*, 7 november, Tillgänglig online: <http://www.aktuellhallbarhet.se/slutreplik-telge-kor-med-falsk-miljoprofil/> [Hämtad 17 maj 2016]

KPMG (2015). Currents of change - The KPMG survey of Corporate Responsibility Reporting 2015 [pdf] Tillgänglig online:

<http://www.kpmg.com/CN/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/kpmg-survey-of-corporate-responsibility-reporting-2015-O-201511.pdf> [Hämtad 20 april 2016]

Law Teacher (2013). Chapter The Stakeholder Theory Summary Law Essays, Tillgänglig online: <http://www.lawteacher.net/free-law-essays/business-law/chapter-the-stakeholder-theory-summary-law-essays.php> [Hämtad 7 maj 2016]

LeCompte, M.D. & Goetz, J.P. (1982). Problems of reliability and validity in ethnographic research, *Review of Educational Research*, vol. 52, no. 1, pp.31-60

Lennartsson, R. (2015). Obligatorisk hållbarhets-rapport inom ett par år, *Balans*, 4 februari, Tillgänglig online: <http://www.tidningenbalans.se/nyheter/obligatorisk-hallbarhets-rapport-inom-ett-par-ar/> [Hämtad 11 maj 2016]

Lundberg, C. (2007). Forum: Den nordiska elmarknaden - idag och i framtiden, Tillgänglig online:

https://www.fortum.com/countries/se/SiteCollectionDocuments/Elmarknad_broschyr_0709241.pdf [Hämtad 2 april 2016]

MarketLine (2015). Power Generation Industry Profile: Sweden [pdf] Tillgänglig online:

<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=b856875a-1047-44e0-9aaa-2a8645a8a5a0%40sessionmgr120&vid=5&hid=123> [Hämtad 15 april 2016]

Meyer, J.W. & Rowan, B. (1977). Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony, *American Journal of Sociology*, vol. 83, no. 2, pp.340-63.

Mousa, G.A. & Hassan. N.T. (2015). Legitimacy Theory and Environmental Practices: Short Notes, *International Journal of Business and Statistical Analysis*, vol. 2, no. 1, pp.42-53

Nikolaeva, R. & Bicho, M. (2011). The role of institutional and reputational factors in the voluntary adoption of corporate social responsibility reporting standards, *Journal of the Academy of Marketing Science*, vol. 39, no. 1, pp.136-157

NSD (2016). Tillgänglig online: <https://dbh.nsd.uib.no/publiseringskanaler/Forsiden> [Hämtad 29 april 2016]

Ohlin, J. (2016). Ny hård kritik mot Vattenfall, *svt Nyheter*, 26 april, Tillgänglig online: <http://www.svt.se/nyheter/utrikes/ny-hard-kritik-mot-vattenfall> [Hämtad 17 maj 2016]

OKQ8 (n.d.). Om OKQ8, Tillgänglig online: <https://www.okq8.se/om-okq8/> [Hämtad 24 maj 2016]

Regeringskansliet (2013a). Statens ägarpolicy och riktlinjer för företag med statligt ägande [pdf] Tillgänglig online:

<http://www.regeringen.se/contentassets/601d79990be1426f901c533d67d3af83/statens-agarpolicy-och-riktlinjer-for-foretag-med-statligt-agande-2013> [Hämtad 2 april 2016]

Regeringskansliet (2013b). Hållbart företagande - Plattform för svenskt agerande [pdf] Tillgänglig online:

<http://www.regeringen.se/contentassets/b692b43679c54e0aa9ec33d05c348adf/hallbart-foretagande---plattform-for-svenskt-agerande> [Hämtad 13 april 2016]

Sethi, S.P. (1978). Advocacy advertising: The American experience, *California Management Review*, vol. 21, no. 1, pp.55-57

SHE (2011). Hållbarhetspolicy [pdf] Tillgänglig online:

<http://www.sheab.se/pdf/MILJOPOLICY.pdf> [Hämtad 8 maj 2016]

SHE (2014). Hållbarhetsredovisning 2014 [pdf] Tillgänglig online:

<http://www.sheab.se/pdf/Hållbarhetsredovisningen%202014%20-%20Kopia.pdf> [Hämtad 26 april 2016]

Skellefteå Kraft (2014). Årsredovisning 2014 [pdf] Tillgänglig online:

https://www.skekraft.se/wp-content/uploads/2015/03/Skelleftea_Kraft_arsredovisning_2014.pdf [Hämtad 26 april 2016]

Skellefteå Kraft (2015). Hållbarhetsredovisning 2015 [pdf] Tillgänglig online:

https://www.skekraft.se/wp-content/uploads/2016/04/Skelleftea_Kraft_hallbarhetsredovisning_2015.pdf [Hämtad 26 april 2016]

Skellefteå Kraft (n.d.). Vårt ansvar, Tillgänglig online: <https://www.skekraft.se/om-oss/hallbarhet/oversikt/> [Hämtad 2 maj 2016]

Sollentuna Energi och Miljö (2016). Om oss: Miljö, Tillgänglig online:

<https://www.seom.se/om-oss/miljo/> [Hämtad 1 maj 2016]

Suchman, M. (1995). Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches, *Academy of Management Review*, vol. 20, no. 3, pp.571-610

Svensk Energi (2015). Elåret & verksamheten 2015, Tillgänglig online: http://www.svenskenergi.se/Global/Statistik/Elåret/elåret2015_160429_web2.pdf [Hämtad 24 maj 2016]

Svensk Energi (2016). Miljö och klimat, Tillgänglig online: <http://www.svenskenergi.se/Elfakta/Miljo-och-klimat/> [Hämtad 22 april 2016]

Trost, J. (2010). Kvalitativa intervjuer, 4., [omarb.] uppl. Lund: Studentlitteratur

Umeå Energi (2014). Års- och hållbarhetsredovisning, Tillgänglig online: <http://www.umeaenergi.se/om-oss/hallbar-framtid/hallbarhetsredovisning> [Hämtad 1 maj 2016]

Umeå Energi (n.d.a). Om oss: Hållbar framtid, Tillgänglig online: <http://www.umeaenergi.se/om-oss> [Hämtad 1 maj 2016]

Umeå Energi (n.d.b). Om oss: Vår vision, Tillgänglig online: <http://www.umeaenergi.se/om-oss/var-vision> [Hämtad 1 maj 2016]

Unerman, J., Bebbington, J., & O'Dwyer, B. (2014). Sustainability accounting and accountability, 2. edn. London: Routledge

Vattenfall (2016). Vattenfall i korthet, Tillgänglig online: <https://corporate.vattenfall.se/om-oss/vattenfall-i-korthet/> [Hämtad 24 maj 2016]

Westermarck, C. (2013). Hållbarhetsredovisning - Teori, standarder och praktisk tillämpning, Lund: Studentlitteratur AB

Yin, K.R. (2009). Case Study Research - Design and Methods, 4th edn, United States of America:SAGE Publications, Inc

Bilagor

Bilaga 1 - Intervjufrågor

Varför?

1. När började ni att hållbarhetsredovisa?
2. Vad fick er att börja hållbarhetsredovisa då 20XX?
3. Vad driver er till att hållbarhetsredovisa idag? Varför väljer ni att göra det?
4. Anser ni att ni har några fördelar av att hållbarhetsredovisa? Om ja, isåfall vilka?
5. I vilken utsträckning skulle du säga att ni påverkas av vad era konkurrenter gör? Finns det någon särskild konkurrent som ert företag vill ta efter?
6. Varför tror ni att majoriteten av företagen inom elbranschen inte väljer att hållbarhetsredovisa?
7. Vad betyder det för er att hållbarhetsredovisa?

För vem?

1. Vem/vilka riktar ni er hållbarhetsredovisning mot? Varför just den/dessa?
2. Är det någon intressent som är viktigare än någon annan? Om ja, varför?
3. På vilket sätt utformar ni redovisningen efter just den intressenten?

Hur?

1. Följer ni några riktlinjer eller standarder vid utförandet av er hållbarhetsredovisning? Om ja, varför? Om nej, varför inte?
2. Hur har er hållbarhetsredovisning utvecklats genom åren?
3. Har ni gjort någon utvärdering av er hållbarhetsredovisning? Om ja, hur har den utvärderingen sett ut och vad visade den på? Om nej, varför inte?
4. Skulle ni vilja förändra eller utöka er hållbarhetsredovisning? Om ja, ser ni några hinder för att göra detta?
5. Har ni några planer gällande er hållbarhetsredovisning för framtiden? Om ja, hur kommer ni göra detta? Varför väljer ni att göra just så?
6. Hur ser ni på hållbarhetsredovisningens framtid generellt?

