



LUNDS UNIVERSITET
Ekonomihögskolan

Företagsekonomiska institutionen

Kursens titel: Examensarbete i redovisning på kandidatnivå

Kurskod: FEKH69

Termin HT 2015/ VT 2016

Hållbarhetsredovisning

Ett kommunikationsmedel vid kriser?

Författare:

Haidar Almashat

Labinot Zeqiri

Sanja Koracevic

Handledare:

Anna Glenngård

Abstract

Detta examensarbete på kandidatnivå utreder frågan om hållbarhetsredovisningar kan användas av bolag för att bemöta kritik till följd av en vida uppmärksammas skandal. Tre svenska storbolag som har genomgått uppmärksammade skandaler undersöks i fallstudier. Deras åtaganden före skandalen, detaljerna i skandalen och deras eventuella respons därefter analyseras. Ansatsen är kvalitativ inkluderar en innehållsanalys enligt en mall som författarna själva har konstruerat.

Abstract

This degree project at the bachelor level investigates the question of whether sustainability reports can be used by corporations to respond to criticism following a widely publicised scandal. Three major Swedish corporations that have gone through widely noted scandals are examined through case studies. Their commitments before the scandal, the details of the scandal and their possible response thereafter, is analysed. The authors take a qualitative approach including content analysis according to a template which the authors have constructed themselves.

Innehållsförteckning

1 Inledning.....	5
1.1 Problemformulering och frågeställning.....	6
1.2 Syfte.....	6
1.3 Avgränsning.....	6
1.4 Disposition.....	6
2 Material och metod.....	8
2.1 Ramverk.....	8
2.2 Val av material.....	8
2.3 Val av metod.....	9
3 Praktiskt ramverk.....	11
3.1 Historik.....	11
3.2 Rättsliga krav – vad måste finnas i en hållbarhetsredovisning?.....	14
3.3 Praxis och normer – vad borde finnas i en hållbarhetsredovisning?.....	15
4 Teoretiskt ramverk.....	18
4.1 Intressentteorin.....	18
4.2 Legitimitetsteorin.....	20
5 Empiri.....	22
5.1 H&M:s dominerande ställning.....	22
5.2 Före skandalen – H&M:s åtaganden och strategi.....	22
5.3 Skandalen – H&M:s kränkning av mänskliga rättigheter.....	23
5.4 Efter skandalen – H&M:s respons.....	23
5.5 TeliaSoneras dominerande ställning.....	25
5.6 Innan skandalen – TeliaSoneras åtaganden och strategi.....	25
5.7 Skandalen – TeliaSoneras deltagande i statlig korruption.....	27
5.8 Efter skandalen – TeliaSoneras respons.....	28
5.9 Vattenfalls dominerande ställning.....	30
5.10 Före skandalen – Vattenfalls åtaganden och strategi.....	30
5.11 Skandalen – Vattenfalls bristande miljöansvar.....	31

5.12	<i>Efter skandalen – Vattenfalls respons</i>	32
6	<i>Analys</i>	34
6.1	<i>H&M – innehållsanalys och tolkning</i>	34
6.2	<i>TeliaSonera – innehållsanalys och tolkning</i>	36
6.3	<i>Vattenfall – innehållsanalys och tolkning</i>	38
7	<i>Slutsatser</i>	41
7.1	<i>Om valen av metod och material</i>	41
7.2	<i>Om valen av ramverk och teorier</i>	42
7.3	<i>Om frågeställningen</i>	43
	<i>Källor</i>	45

1 Inledning

Medan extern och intern redovisning syftar till att presentera ett bolags finansiella tillstånd ämnar hållbarhetsredovisning att kartlägga ett bolags miljömässiga, sociala och bredare ekonomiska inverkan på sin omgivning. Grundidén är att bolag tjänar något mer än gott anseende genom att skriva en seriös hållbarhetsredovisning; goda relationer till allmänheten förväntas i slutändan medföra finansiella fördelar. Hållbarhetsredovisning är frivillig i de flesta länder. Istället för lagstiftning och regler är det normbildning och riktlinjer, framförallt från den icke-statliga organisationen Global Reporting Initiative (GRI), som långsamt frambringar likformiga och någorlunda jämförbara hållbarhetsredovisningar.

Med miljömässig inverkan menas det ekologiska avtryck som ett bolag lämnar efter sig (Elkington, 1997). Det kan vara allt från utsläpp av växthusgaser och kemikalier till återvinning och energieffektivisering (Elkington, 1997). Med social inverkan menas vanligen arbetsrelationer där fokus ligger på humana arbetsvillkor och rättvisa löner (Elkington, 1997). Med ekonomisk inverkan menas att bolaget har ett bredare ansvar än avkastning för sina aktieägare; hänsyn bör finnas för de anställdas och det bredare samhällets intressen (Elkington, 1997).

Idag har ovanstående hållbarhetsidéer blivit etablerade inom företagsekonomi, vilket har medfört nya utmaningar för stora bolag (Schaltegger, Bennet & Burritt, 2006). Intressenternas krav på en hållbarhetsredovisning ålägger bolaget ett ansvar att ha bättre koll på sin verksamhet (Schaltegger et al., 2006). För det bolag som publicerar en hållbarhetsredovisning blir det svårt att hävda god tro vad gäller miljöförstöring, dåliga arbetsvillkor eller bristande ekonomiskt ansvarstagande (Schaltegger et al., 2006).

Samtidigt har det framkommit att vissa bolag som brukar publicera seriösa hållbarhetsredovisningar har gjort sig skyldiga till allvarlig miljöförstöring, utnyttjande av barnarbete och korrupcion (se vår empiri i kapitel fem). Vi är intresserade av denna diskrepans mellan hållbarhetsidéer och praktisk affärsverksamhet när den uppstår. Det följer logiskt och är allmänt etablerat att en hållbarhetsredovisning är ett kommunikationsmedel (Taticchi, 2013). Vi vill veta om en hållbarhetsredovisning har använts som ett kommunikationsmedel för att bemöta kritik till följd av allmänt uppmärksammade skandaler.

1.1 Problemformulering och frågeställning

Det har hänt att bolag som skriver hållbarhetsredovisningar är inblandade i skandaler på hållbarhetsområdet. Hållbarhetsredovisningen är ett kommunikationsmedel. **Vi vill veta om bolag använder sin hållbarhetsredovisning som ett kommunikationsmedel för att bemöta kritik som gäller skandaler som de har genomgått.**

1.2 Syfte

Många uppsatser och vetenskapliga artiklar inom företagsekonomi avhandlar betydelsen och användningen av en hållbarhetsredovisning som ett kommunikationsmedel i allmänhet. Inget vi har hittat handlar om hållbarhetsredovisning som ett kommunikationsmedel för att bemöta kritik från tidigare skandaler. Vår fråga är tillräckligt utforskad för att ge en ny, om än ganska liten, insikt i fenomenet hållbarhetsredovisning. Samtidigt leder vår frågeställning till ett arbete av lagom storlek för att kunna avhandlas i en kandidatuppsats.

1.3 Avgränsning

Vi kommer att studera tre olika bolag men har ingen avsikt att göra en komparativ studie. Vår frågeställning besvaras inte av en jämförelse mellan bolagen. Därför studerar vi varje bolag för sig och letar efter en respons till bolagsskandaler, om en sådan finns.

1.4 Disposition

Efter denna inledning förklarar vi, i del två om material och metod, hur vi valde de bolag som vi ska studera och vilka undersökningsmetoder vi ska använda.

I del tre ställer vi upp ett praktiskt ramverk där vi utreder hållbarhetsredovisningens historia, vad som måste finnas i en hållbarhetsredovisning samt vad som bör finnas.

I del fyra undersöker vi två vetenskapliga teorier som vi tror kommer att hjälpa oss i vår analys. I del fem granskar vi empirin och tar ut de mest relevanta delarna till vår frågeställning. Där använder vi oss av hållbarhetsredovisningar, oberoende utredningar och statliga publikationer.

I del sex gör vi en analys på våra utvalda bolag med hjälp av de metoder vi valde, den kunskap vi inhämtade och den empiri vi fann. I del sju drar vi våra slutsatser där vi besvarar frågeställningen.

2 Material och metod

Det är inte fastställt i den företagsekonomiska litteraturen att bolag använder sina hållbarhetsredovisningar för att bemöta kritik angående tidigare skandaler. Vårt beslut att undersöka frågan byggde på aningar vi fick när vi läste hållbarhetsredovisningar av rent intresse. När man studerar en företeelse vars förekomst är obekräftad måste man vara öppen för många typer av information. Samtidigt måste man tillämpa rigorösa metoder för att anlända till rätt slutsatser. Nedan är vårt försök att finna en god balans mellan öppenhet och strikthet.

2.1 Ramverk

Vi har sammanställt ett praktiskt ramverk som definierar vad en hållbarhetsredovisning är. Det praktiska ramverket utgår från GRI:s riktlinjer, G4 2013, och befintlig litteratur som utreder fenomenet hållbarhetsredovisning. Det praktiska ramverket klargör även vad som måste, bör och brukar finnas med i en hållbarhetsredovisning samt vilka som ställer kraven. Syftet med det praktiska ramverket är att ge oss och läsaren en ordentlig förståelse för vad som menas med hållbarhetsredovisning idag.

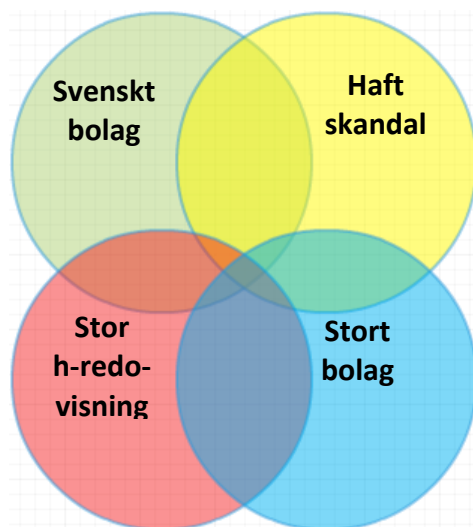
Vi har även ett teoretiskt ramverk där vi går igenom vetenskapliga teorier med relevans för hållbarhetsredovisning. Varje teori förklaras med tydlig koppling till hållbarhetsredovisningens syfte och ändamål. Målet med det teoretiska ramverket är att utrusta oss och läsaren med förklaringsmodeller som kan tillämpas i vårt studium av skandaler och hållbarhetsredovisningar.

2.2 Val av material

Bolagen vars hållbarhetsredovisningar vi studerar har valts utifrån följande kriterier.

- 1) Bolaget måste vara svenskt, alltså ha sitt säte i Sverige även om det kan ha betydande verksamhet i utlandet. Detta kriterium bygger på vårt intresse av det svenska näringslivet som blivande ekonomer i Sverige.

- 2) Bolaget måste ha varit inblandat i en uppmärksammas skandal. Med uppmärksammas menar vi att betydande svenska nyhetskanaler¹ har berättat om skandalen. Med skandal menar vi en situation där bolaget har förbisett sina mest grundläggande åtaganden enligt sin egen hållbarhetsredovisning.
- 3) Bolaget måste lämna en utförlig hållbarhetsredovisning eftersom det är vårt viktigaste källmaterial.
- 4) Bolaget måste vara tillräckligt stort för att vara normbildande på sin marknad. Vi kräver att bolaget befinner sig i dominerande ställning enligt den bredaste definitionen av dess marknad i Sverige. Bedömningen av dominerande ställning sker enligt Konkurrensverkets riktlinjer.



2.3 Val av metod

Våra ovanstående kriterier lämnar endast tre bolag som vi kan studera: H&M, Vattenfall och TeliaSonera. Med ett sådant litet urval och en önskan om att fördjupa oss i varje enskilt fall med utredningar och hållbarhetsredovisningar kännetecknas vår metod bäst som fallstudier (Denscombe, 2009). Vi analyserar text, i utredningar och hållbarhetsredovisningar, som är svår att kvantifiera. Därför måste vår metod vara kvalitativ. Vår metod har även kallats dokumentstudier (Given, 2008).

¹ Som betydande svenska nyhetskanaler inkluderar vi någon av dagstidningarna Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Göteborgs-Posten och Sydsvenskan, samt någon av TV-kanalerna i Sveriges Television och TV4-koncernen.

Den specifika kvalitativa metoden vi använder är innehållsanalys där vi delar in texten i meningsbärande analysenheter som vi jämför med varandra (Denscombe, 2009). Vi vet att händelseförloppet när ett bolag brister i sina åtaganden börjar med tvivelaktiga beslut som avslöjas senare av en utredande instans. Instansens utredning publiceras med en anklagelse riktad mot bolaget och händelseförloppet fortskrider. Hur det än fortskrider kan vi koda meningsbärande analysenheter med termerna Anklagelse, Erkännande, Förnekande, Försvaret och Åtgärd. Vi utesluter inte att bolaget ifråga kan ignorera alla anklagelser.

Vår innehållsanalys bygger således på analysenheter enligt nedanstående matris. Notera att innebörden av varje kod är definierad med ett språk som gör klara skillnader mellan varje typ av analysenhet.

ANALYSENHETER – KOD OCH DEFINITION	
Anklagelse	<i>Text där en utredande instans påstår och lägger fram bevis för att bolaget ifråga har brustit mot sina åtaganden enligt sina egna direktiv</i>
Erkännande	<i>Text där bolaget medger på något sätt att det har brustit helt eller delvis i samma åtaganden som avses i anklagelsen</i>
Förnekande	<i>Text där bolaget påstår sig vara helt eller delvis oskyldigt till anklagelsen</i>
Försvaret	<i>Text där bolaget framställer bevis som motsäger anklagelsen</i>
Åtgärd	<i>Text där bolaget åtar sig att agera till uppenbar följd av anklagelsen</i>

När vi går igenom empirin kommer vi att citera varje relevant analysenhet och bedöma den gentemot ovanstående definitioner. Vi inser att det finns information i utredningar och hållbarhetsredovisningar som inte fångas av vår matris. När denna ytterligare information är värd att notera har vi tillägg som behandlar den.

3 Praktiskt ramverk

Hållbarhet definieras som utveckling som möter dagens behov utan att äventyra framtida generationers möjligheter att möta sina behov (Brundtlandrapporten, 1987). Hållbarhetsredovisningen är sprungen ur denna breda idé om hållbarhet vars utveckling började för flera decennier sedan och ledde bland annat till någorlunda gemensamma uppfattningar om bolagets samhällsansvar (Elkington, 2004). Här redogörs hållbarhetsredovisningens bakomliggande idéer och den praxis som gäller idag.

3.1 Historik

I takt med att bolaget blev en juridisk person, genom några gradvisa och andra mer dramatiska förändringar, höjdes frågan om bolagets roll som medborgare i samhället (Ritz, 2007). Svaret, som egentligen hade gällt i över hundra år, uttrycktes tydligt av Milton Friedman år 1962:

”...there is one and only one social responsibility of business—to use its resources and engage in activities designed to increase its profits so long as it stays within the rules of the game, which is to say, engages in open and free competition, without deception or fraud”. (Friedman, 1962)

Under de efterföljande decennierna, och särskilt mot slutet på 1980-talet, formades termen Corporate Citizenship för att förmedla en annan syn på bolagets roll i samhälle (Crane, Matten & Moon, 2008). Förespråkare för idén om Corporate Citizenship ställde en enkel fråga: om bolaget är en person och medborgare – borde vi inte ställa samma krav på det som på andra personer och medborgare? (Ritz, 2007) Vi brukar kräva av medborgare att de tar hänsyn till andra och förstår sin inverkan på omgivningen. Det borde vi kräva av bolag också, menar förespråkare av Corporate Citizenship (Ritz, 2007).

Det bör noteras att idén om bolagens samhällsansvar drevs av chocker, även kallade ”critical incidents” (se tabell nedan), där vissa storbolag uppvisade grova brister i sitt samhällsansvar (Andriof, 2001). De flesta fall av bristande samhällsansvar gällde miljöförstöring och därför blev miljövänlighet också grundstenen i utvecklingen av bolagens samhällsansvar. Nuförtiden uppger en

bred majoritet av amerikanska företagsledare att ett bolag bör prioritera sitt samhällsansvar (Googins, Mirvis & Rochlin, 2007).

	Phase I: 1960–83 Awakening	Phase II: 1984–94 Engaging	Phase III: 1995–present Networking
<i>Critical incidents</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Nestlé Baby Food, 1970 ▶ Seveso Disaster, 1974 ▶ Amoco Cadiz Oil, 1978 ▶ Ford Pinto, 1978 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Bhopal, 1984 ▶ Chernobyl, 1986 ▶ Chico Mendes, 1988 ▶ Exxon Valdez, 1989 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Shell, Brent Spar, 1995 ▶ Saro-Wiwa Execution, 1995 ▶ Nike child labour, 1996 ▶ Asian financial crisis, 1997
<i>New standards and initiatives</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ US Environmental Protection Act, 1969 ▶ Club of Rome, 1972 ▶ Brandt Report, 1980 ▶ Global 2000 Report, 1980 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Responsible Care, 1985 ▶ Brundtland Report, 1987 ▶ UN Summit for Children, 1990 ▶ Rio Earth Summit, 1992 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Apparel Industry Partnership, 1996 ▶ ISO 14000 series, 1996 ▶ SA 8000 series, 1997 ▶ Triple bottom line concept, 1998
<i>New institutions</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Council on Economic Priorities, 1969 ▶ Greenpeace, 1972 ▶ United Nations Environment Programme, 1973 ▶ World Resources Institute, 1983 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Third World Network, 1985 ▶ Caux Round Table, 1986 ▶ SustainAbility, 1987 ▶ PWBLF, 1990 ▶ Amnesty Business Group, 1991 ▶ World Business Council for Sustainable Development, 1991 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ EBNSC, 1995 ▶ Corporate Citizenship Unit, 1996 ▶ Ethical Trading Initiative, 1997 ▶ Business Partners for Development, 1997 ▶ CEPAA, 1998

CEPAA = Council on Economic Priorities Accreditation Agency
 EBNSC = European Business Network for Social Cohesion
 PWBLF = Prince of Wales Business Leaders Forum

(Andrioff, 2001)

I sin uppmärksammade bok "Cannibals With Forks" (1997) fastställde John Elkington tre arbetsområden inom hållbarhet: det ekonomiska, sociala och miljömässiga (Elkington, 1997). Elkingtons definition av ekonomi inkluderar vinst men syftar också på det värde som bolaget skapar i sitt omgivande näringsliv, som exempelvis intellektuellt kapital (Elkington, 1997). Den sociala aspekten handlar enligt Elkington om att skapa socialt kapital, definierat som relationer som får samarbeten att fungera effektivt, som exempelvis arbetsrelationer (Elkington, 1997). Genom att åter uppmärksamma världen på den ekonomiska och sociala aspekten kunde Elkington utvidga begreppet hållbarhet bortom det fokus som mestadels låg på miljön.

I boken "Beyond Good Company" (Googins et al., 2007) identifierade författarna fem stadier som bolag går igenom innan det når en högre medvetenhet om sitt samhällsansvar. De fyra första stadierna är en analys av hur bolag har anpassat sig i praktiken medan det femte stadiet är författarnas projektioner och förhoppningar om framtiden. Därför har vi valt att utelämna det femte

stadiet.

Första stadiet – Ledningen anser att bolagets enda samhällsansvar är att skapa jobb, generera vinst och betala skatt. Samhällsansvaret, om ledningen har en uppfattning om det, blir en fråga som hanteras sporadiskt av anställda inom avdelningar för juridik, redovisning och personalfrågor. Ledningens attityd till hållbarhet är defensiv och dess prioritet är att skydda sig från kritik snarare än att engagera sig aktivt i frågor som rör dess inverkan på samhället.

Andra stadiet – Ledningen blir medveten om miljöfrågor och engagerar sig i filantropiska projekt i samhället. Ledningen reagerar på allmänhetens krav på hållbarhet genom att etablera en gemensam policy för alla anställda om hur de bör förhålla sig till hållbarhetsfrågor. Bolaget börjar kommunicera med sina intressenter (se 4.1 om intressentteorin). Strategin är fortfarande att undvika kritik snarare än att engagera sig i hållbarhet.

Tredje stadiet – Bolagets huvudsakliga hållbarhetsstrategi blir att kommunicera med intressenter angående delar av verksamheten och ge dem inflytande istället för att driva filantropiska projekt. Bolaget blir drivande i hållbarhetsfrågor och skapar program på eget initiativ istället för att reagera på allmänhetens krav. Den interna hanteringen av hållbarhetsfrågor blir koordinerad mellan anställda. Bolaget börjar med hållbarhetsredovisning.

Fjärde stadiet – Ledningens idé om hållbarhet utvidgas till att gälla ekonomiska och sociala aspekter såväl som miljömässiga. Istället för att gälla vissa delar av verksamheten blir hållbarhetsprinciper en del av bolagets 'core values'. Bolaget skapar proaktiva system som förebygger problem som rör hållbarhet istället för att åtgärda dem i efterhand. Bolaget bildar partnerskap med sina intressenter för att värna hållbarhet. Hållbarhetsredovisningen utformas på sådant sätt att den kan verifieras av externa organisationer.

Sammanfattningsvis var det alltså redan när bolaget blev en juridisk person som dess värde som medborgare började ifrågasättas. Svaret, längs Milton Friedmans linje, låg mer eller mindre obestritt tills frågan lyftes igen till följd av miljökatastrofer och ett par andra skandaler som orsakades av bolag. I takt med att bolagen blev medvetna om sina intressenter och värdet av att kommunicera med dem uppstod hållbarhetsredovisningen. I det fördjupade sambandet mellan bolag och intressenter skapades oberoende organisationer vars uppgift blev att verifiera bolagens hållbarhetsredovisningar.

3.2 Rättsliga krav – vad måste finnas i en hållbarhetsredovisning?

I Europa fanns det lagstadgade krav redan på 1970-talet på något som liknade hållbarhetsredovisningar (Owen & O'Dwyer, 2009). 1977 avkrävdes franska bolag en ”bilan social” som var en redovisning av arbetsrelationer för alla bolag med över 300 anställda (Owen & O'Dwyer, 2009). Ungefär samtidigt ställdes krav på tyska bolag att producera en ”socialbilanz” med liknande innehåll (Owen & O'Dwyer, 2009). Under samma tid fanns i Storbritannien en lobbyorganisation som hette Social Audit Limited vars stränga granskning av brittiska bolag publicerades i organisationens egen tidskrift Social Audit Quarterly (Owen & O'Dwyer, 2009). I USA pågick intensiva diskussioner om huruvida det borde finnas juridiska krav på bolag att redovisa sin verksamhet (Owen & O'Dwyer, 2009). I praktiken fortsatte amerikanska bolag att redovisa frivilligt och knapert jämfört med europeiska bolag (Owen & O'Dwyer, 2009).

Allmänhetens intresse för att ställa krav på bolag och granska dem sjönk runt decennieskiftet 1970-80 och överskuggades av makroekonomiska problem med stagflation (Owen & O'Dwyer, 2009). Genom hela 1980-, 90- och 2000-talet präglades hållbarhetsredovisningen av frivillighet i de större ekonomierna i världen. Först år 2014 kom ett EU-direktiv om att stora bolag måste redovisa ”icke-finansiell information och mångfaldspolicy” (2014/95/EU) som en utvidgning av ett tidigare direktiv som bara gällde vissa organisationer (2013/34/EU).

I direktivet som gäller bolag med över 500 anställda står det att en hållbarhetsredovisning (”förvaltningsberättelse”) måste innehålla enligt artikel 1 (2014/95/EU):

- företagets affärsmodell,
- företagets policy gällande
 - a) miljö,
 - b) sociala förhållanden och personal,
 - c) respekt för mänskliga rättigheter, och
 - d) bekämpning av korruption och mutor
- resultat av företagets policy,
- väsentliga risker gällande aspekterna a-d,
- företagets hantering av riskerna, och
- andra icke-finansiella förhållanden som är relevanta för verksamheten.

Skrivelsen är vag av två anledningar; dels för att direktiv är avsedda att ge EU:s medlemsländer ett handlingsutrymme i hur de vill förverkliga dess innehåll, till skillnad från förordningar, och dels för att undvika formkrav även om bolagen uppmuntras i preambelns punkt (9) att använda internationella ramverk som GRI:s riktlinjer (Departementsserien, Ds 2014:45) (se 3.3). Direktivets bestämmelser trädde i kraft från och med räkenskapsåret 2016 (Departementsserien, Ds 2014:45). De svenska redovisningsreglerna byggde redan på EU:s direktiv (Departementsserien, Ds 2014:45) och därför var det bara relativt små justeringar som behövdes (SOU 2014:22)

I USA finns sedan 2009 ett program av Environmental Protection Agency (EPA) som tvingar aktörer som släpper ut mer än 25 000 ton koldioxid att lämna en miljörapport (EPA, 2016). Utöver EPA:s program finns inga lagstadgade krav på någon hållbarhetsredovisning.

Svaret på vad som måste finnas i en hållbarhetsredovisning är följande: en hållbarhetsredovisning inom EU måste ha rubriker enligt direktivet ovan. Under rubrikerna får bolagen själva avgöra vad som är relevant information. Det finns inga formkrav och inga krav på kvantitativ data om exempelvis miljöutsläpp. Faktumet att EU hänvisar i direktivet ovan till ideella hållbarhetsorganisationer som GRI tyder möjligtvis på att ideella organisationer har en mer utvecklad praxis om vad som bör finnas i en hållbarhetsredovisning. När det gäller amerikanska bolag verkar det inte finnas några rättsliga krav på en hållbarhetsredovisning utöver den miljörapport som EPA kräver av vissa bolag. I de två största ekonomierna, EU/EES och USA, finns det fortfarande ingen närmare definition av vad som *måste* finnas i en hållbarhetsredovisning².

3.3 Praxis och normer – vad borde finnas i en hållbarhetsredovisning?

I del 3.1 berättade vi hur oberoende organisationer uppstod på hållbarhetsområdet. En sådan organisation är Global Reporting Initiative (GRI). GRI grundades 1997 i Boston genom en sammanslagning mellan två miljöorganisationer och med stöd av FN:s miljöprogram (United Nations Environmental Programme, UNEP) (Brown, Jong & Levy, 2009). Redan från början var GRI:s vision att sammansmälta olika hållbarhetsredovisningsstandarder på bästa möjliga sätt och

2 Enstaka europeiska länder kan ha mer utvecklade regler om hållbarhetsredovisning men det ligger inte inom vårt ämne att genomföra en genomgripande komparativ studie. Därför inkluderar vi bara EU som helhet, USA och något om svenska förhållanden.

sedan expandera dem (Brown et al., 2009). GRI förverkligade sin vision genom att bygga ett nätverk av aktörer inom hållbarhetsredovisning och skapa en dialog inom nätverket där alla aktörer blev delaktiga (Brown et al., 2009). Resultatet är att GRI:s frivilliga riktlinjer för hållbarhetsredovisning används av nära 80 procent av de bolag som redovisar hållbarhet (KPMG, 2013). Således har GRI:s riktlinjer blivit något av en världsstandard och därför också normgivande i frågan om vad som bör finnas i en hållbarhetsredovisning.

GRI:s riktlinjer bygger på ett antal grundläggande principer som har varit tämligen oförändrade när man jämför de senaste riktlinjerna, som heter G4, med de äldre. G4 inleds med en översikt av de huvudsakliga kategorier som måste vara med i en hållbarhetsredovisning: ekonomisk, miljömässig och social inverkan (Global Reporting Initiative, 2013). Varje huvudkategori utvecklas vidare och det finns inte färre än 46 underkategorier och nära 200 artiklar i G4. Artiklarna är uppbyggda som uppmaningar till bolag att redovisa specifika detaljer.

Volymen av GRI:s riktlinjer är överväldigande men det finns möjligheter till avgränsning. Det bolag som vill följa riktlinjerna har alternativet att sammanställa en fullständig redovisning eller en mycket snävare kärna (Global Reporting Initiative, 2013). Därutöver ska bolaget följa en väsentlighetsprincip (Global Reporting Initiative, 2013) som avgränsar innehållet så att fokus läggs på att hållbarhetsredovisa bolagets viktigaste verksamhet. Väsentlighetsprincipen bygger på insikten att olika bolag har olika utmaningar när det gäller hållbarhetsredovisning. För ett energibolag som exempelvis EON blir miljöaspekterna viktigare än för ett management consulting-bolag som McKinsey även om stora bolag har flera verksamheter.

Således kan en hållbarhetsredovisning enligt GRI:s riktlinjer bli ganska liten om ett bolag väljer att redovisa kärnan och tillämpa en strikt väsentlighetsbedömning. Skulle ett bolag välja att sammanställa en fullständig hållbarhetsredovisning och följa en bred väsentlighetsbedömning kan hållbarhetsredovisningen bli ofantligt mycket större, särskilt för bolag med många olika verksamheter som exempelvis Unilever.

Samtidigt som GRI:s riktlinjer tillåter kortare hållbarhetsredovisningar finns det incitament för att hållbarhetsredovisa fullständigt och med hög kvalitet. Incitamentet kommer framförallt från externa aktörer vars uppgift det är att verifiera bolagens hållbarhetsredovisningar. Det är inte obligatoriskt för något bolag att få sin hållbarhetsredovisning verifierad men det rekommenderas av GRI (Global Reporting Initiative, 2013). De externa aktörerna är vanligtvis revisionsbyråer men kan också vara

teknikkonsultbolag eller specialiserade hållbarhetskonsultbolag som anlitas av bolaget som vill få sin hållbarhetsredovisning validerad (Global Reporting Initiative, 2013). Eftersom bolag betalar för att få sina hållbarhetsredovisningar validerade måste vi anta att de ser ett värde i det och att valideringen utgör ett incitament att sammanställa en komplett hållbarhetsredovisning.

Sammanfattningsvis skapas normer för vad som borde finnas i en hållbarhetsredovisning huvudsakligen av GRI. Enligt GRI:s normer borde ett bolag åtminstone redovisa sin miljömässiga, ekonomiska och sociala inverkan på sin omgivning med några mer specifika underkategorier. Ett bolag kan välja att redovisa mycket mer och uppmuntras till det genom extern verifikation. GRI:s riktlinjer ser närmare definierade och mer komplexa ut än vad som krävs i lag från EU:s sida.

4 Teoretiskt ramverk

Vid sidan om deskriptiva förklaringar till hållbarhetsredovisningens existens och utformning har vi ännu inte utrett varför ett bolag borde skriva en hållbarhetsredovisning. Vetenskapliga teorier inom företagsekonomi kan förklara vad som motiverar ett bolag till att skriva en hållbarhetsredovisning. Med hjälp av en teoretisk referensram kan vi också förstå varför ett fullt lagligt agerande anses vara en bolagsskandal och mot vilka underliggande och vedertagna principer ett sådant agerande strider. Vi har valt två teorier som vi tror är relevanta.

4.1 Intressentteorin

Förespråkare för intressentteorin ser bolaget som en värdeskapande process och ställer frågan om vem som är viktig för den processen (Freeman, 2001). Den gamla uppfattningen är att investerare är viktigast eftersom de ska ha avkastning på sin investering; därefter prioriteras anställda, leverantörer och kunder (Donaldson & Preston, 1995). Intressentteorins förespråkare menar att intressenter är alla de som kan påverka bolagets värdeskapande process, även när bolaget är omedvetet om dem (Freeman, 2001). Således måste företagsledare som tror på intressentteorin börja med att identifiera sina intressenter, försummade som de kan vara.

Vår intuition säger oss att det borde uppstå konflikter mellan exempelvis investerare och vanliga medborgare i den kommun där bolaget bedriver sin verksamhet. Den ena vill bara ha avkastning medan den andra vill att bolaget stannar i kommunen och skapar jobb. Intressentteorins förespråkare menar att vår intuition sällan stämmer, att intressenter mycket väl kan ha gemensamma intressen (Freeman, 2001). Det är upp till företagsledare att hitta gemensam mark mellan intressenterna så att alla drar åt samma håll. Det bolag som lyckas med att driva en linje som tillfredsställer intressenterna lär också bli mer robust och framgångsrikt (Freeman, 2001).

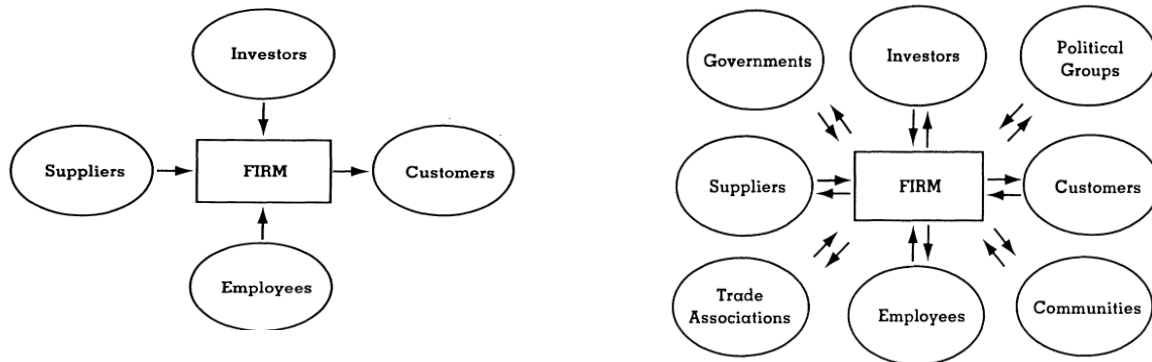
Många tror att intressentteorin är oförenlig med Milton Friedmans syn på bolagets roll i samhället (se 3.1). Intressentteorins grundare Edward Freeman menar att ingen konflikt behöver finnas mellan Friedmans teori och intressentteorin: bolagens roll är att maximera sin vinst och de gör så genom att finna en gemensam strategi som passar alla intressenter (Darden School of Business at the University of Virginia, 2009). På ett mer teoretiskt plan är intressentteorin en omdefinition av vad som menas med kapitalism (Donaldson & Preston, 1995). Kapitalismen är inte att enskilda

människors girighet får dem att konkurrera med varandra och därmed skapa värde för samhället som en bieffekt. Istället kan kapitalism vara att socialt medvetna bolag skapar värde genom att uppfatta sitt sociala sammanhang, identifiera sina intressenter och få dem att dra åt samma håll (Freeman, 2001).

Intressentteorin är inte lika intuitiv som de tidigaste kapitalistiska idéerna av Adam Smith men enligt dess förespråkare förklarar intressentteorin på ett bättre sätt hur värde skapas i vår ekonomi (Darden School of Business at the University of Virginia, 2009). Svårigheten med att greppa intressentteorin ligger i vad som utgör en intressent. Intressenten är inte nödvändigtvis en kund, leverantör, anställd eller investerare. Intressenten har inte alltid en direkt ekonomisk koppling till bolaget. Likväl är det så att bolag ignorerar intressenten på egen risk och att bolag som gör det hamnar i förfall. För stora bolag med omfattande resurser kan förfallet gå långsamt medan mindre bolag genomgår processen snabbare (Freeman, 2001).

Inom ramen för intressentteorin kan hållbarhetsredovisning vara en kommunikationsplattform där bolagets strategi förmedlas till intressenterna (Andriof, Husted & Waddock, 2002). En strategi är värdelös om den inte kommuniceras på ett någorlunda utförligt sätt. En externredovisning kan förmedla mycket information som investerare, leverantörer och möjligtvis anställda vill veta men inte den strategi som utgör gemensam grund för alla intressenter. Den utförliga beskrivningen av bolagets strategi förmedlas bättre i en hållbarhetsredovisning.

En hållbarhetsredovisning är också ett sätt att utvärdera bolagets strategi under föregående år. Genom att utvärdera strategin och uppdatera den i enlighet med intressenternas gemensamma värderingar kan bolaget uppvisa en lyhördhet som uppskattas av intressenter (Freeman, 2001). Hållbarhetsredovisningen ger alltså både nära och avlägsna intressenter en känsla av delaktighet som i sig blir ett erkännande av intressentens roll i den värdeskapande processen. När vi analyserar hållbarhetsredovisningar med intressentteorin som bakgrund måste vi alltså fråga hur väl bolaget har synliggjort sina intressenter och utvärderat sin strategi under föregående år.



(Donaldson & Preston, 1995)

4.2 Legitimitetsteorin

Legitimitetsteorin är förgrenad i två varianter. Den ena varianten, som även kallas institutionalisering, handlar om stora samhällssystem och stater. Den andra, som intresserar oss, handlar om organisationer (Tilling, 2004). Vi kommer att bortse från den variant som kallas institutionalisering även om den har vissa likheter med legitimitetsteorin för organisationer.

Bolag existerar inte i ett vakuum; de finns i samhällen med normer och populära värderingar. Det bolag som uppfattas som naturligt och vars verksamhet anses vara meningsfull av det omgivande samhället har goda förutsättningar att frodas (Tilling, 2004). Samhällets acceptans av bolagets verksamhet har kallats "social license to operate" och betyder samma sak som legitimitet. Legitimitet är en resurs som bär med sig förutsättningar för bolag att frodas (Deegan, 2009).

Vad är fördelen med legitimitet? Varje intressent i samhället har något att erbjuda det bolag som uppnår legitimitet. Bolaget som åtnjuter hög legitimitet från offentlig sektor kan vinna offentliga upphandlingar, få forskningsanslag och ibland påverka regleringar och skatter till sin fördel. Om bolaget åtnjuter samma höga legitimitet hos allmänheten blir det lättare att få kunder och locka till sig motiverad och kompetent arbetskraft. Samtidigt kan bolaget uppfattas som legitimt i det finansiella näringslivet, vilket gör det enklare att skaffa investerare (Tilling, 2004).

Bolag som har låg legitimitet i samhället, som tobaksbolag, måste brottas med höga skatter på bolagets produkt, skarpa regleringar på vem som får köpa produkten, svårigheter att locka motiverad och kompetent arbetskraft, samt utmaningar i att finna investerare som vill associeras

med verksamheten. Även media kan vända sig emot bolaget (Tilling, 2004). Tobaksbolagen är också goda exempel på vad som kan hända när samhällets normer förändras med tiden. Det är en viktig utmaning för alla bolag att bevara sin legitimitet (Deegan, 2009).

Hur kan ett bolag uppnå legitimitet? Det hjälper om bolagets verksamhet redan anses vara legitim enligt samhällets normer (Deegan, 2009), som exempelvis Google vars verksamhet har gjort internet användarvänligt för över en miljard människor³. Annars kan bolaget följa riktlinjer och ramverk som redan anses vara legitima i samhället. Det kallas ”procedural legitimacy” (Deegan, 2009). Det bolag som följer GRI:s riktlinjer använder sig alltså av ”procedural legitimacy”.

Bolaget kan också alliera sig med organisationer som redan har en uppbyggd legitimitet, som exempelvis UN Guiding Principles Framework och dessutom få diverse intyg från sådana organisationer. Det kallas för ”symbolic legitimacy” (Deegan, 2009). Därutöver kan bolag implementera strategier för tillväxt och ansvarstagande som är i linje med samhällets rådande normer och tjäna legitimitet på det viset (Deegan, 2009).

Med en hållbarhetsredovisning kan ett bolag kombinera ”procedural legitimacy”, ”symbolic legitimacy” och ansvarsfulla strategier. Genom att följa befintliga och högt ansedda riktlinjer åtnjuter bolaget ”procedural legitimacy”. Genom att få sin hållbarhetsredovisning granskad och försäkrad av respekterade revisionsfirmor skaffar sig bolaget ”symbolic legitimacy”. Genom att upprätta och förmedla strategier i hållbarhetsredovisningen som rimmar väl med samhällets normer kan bolaget legitimera sig ytterligare. En hållbarhetsredovisning är alltså ett utmärkt instrument för bolag som vill legitimera sig för sina intressenter.

3 <https://www.statista.com/chart/899/unique-users-of-search-engines-in-december-2012/>

5 Empiri

I empirin genomför vi en deskriptiv granskning av relevant information som hör till varje enskilt bolag vars skandal vi har valt att studera. Vi presenterar varje bolag och förklarar varför det kan anses vara dominerande på sin marknad. Därefter presenterar vi bolagets skandal och dess relevanta hållbarhetsredovisningar. Förutom att förklara vad som kvalificerar bolaget till benämningen dominerande ställning tillämpar vi ingen teori och genomför ingen analys.

5.1 H&M:s dominerande ställning

H&M är Sveriges största bolag inom modebranschen med en marknadsandel på 54 procent år 2013 (Tillväxtverket, 2015). På Konkurrensverkets hemsida kan man läsa att:

Den enskilt viktigaste omständigheten för bedömningen av om ett företag är dominerande är företagets marknadsandel. En marknadsandel över 40 procent är ett tecken på dominans. Ju högre marknadsandel ett företag har därutöver, desto större är sannolikheten att företaget är dominerande. (Konkurrensverket, 2016)

Faktum är att H&M:s närvaro på den svenska modebranschen är så stor Tillväxtverkets granskare fann det lämpligt att presentera olika siffror: dels med H&M, dels utan (Tillväxtverket, 2015). Inget annat bolag krävde sådana analysmetoder. Mot bakgrund av Konkurrensverkets skrivelse och Tillväxtverkets granskning kan vi vara säkra i bedömningen att H&M är ett bolag med dominerande ställning i den svenska modebranschen.

5.2 Före skandalen – H&M:s åtaganden och strategi

I sin egen hållbarhetsredovisning från 2014 presenterade H&M sina åtaganden. Ett av H&M:s åtaganden var att välja och belöna ansvarsfulla partners bland sina leverantörer (H&M, 2014). H&M medgav att barnarbete och svåra arbetsförhållanden fortsätter att vara ett problem bland deras leverantörer men att det har skett förbättringar (H&M, 2014). Vidare skrev H&M att de granskar varje leverantör gällande hållbarhet minst vartannat år (H&M, 2014). Dessutom skrev H&M att de, från och med 2015, skulle inkludera andrahandsleverantörer i sina hållbarhetsgranskningar (H&M, 2014).

H&M åtog sig även att genomföra en rad övriga reformer gällande rättvisa löner och arbetsförhållanden utan direkt relevans till den kritik som skulle riktas mot dem ett år senare. Dessutom innehåller H&M:s hållbarhetsredovisning från 2014 en uppsjö av organisationer med vilka H&M samarbetar i frågor som gäller social hållbarhet, men med sparsam information om vilket arbete som utförs och ingen uppföljning av hur nämnda organisationer motverkar exempelvis barnarbete. H&M skriver att deras hållbarhetsredovisning följer G4 och är validerad av icke-statliga organisationer men skriver inte vilka dessa är.

5.3 Skandalen – H&M:s kränkning av mänskliga rättigheter

I mars 2015 publicerades en artikel av Human Rights Watch (Human Rights Watch, 2015) som innehåller rapporter om förhållanden i en av H&M:s leverantörer samt dess underleverantörer i Kambodja. Vittnen berättar att de tvingades att arbeta på söndagar, som är deras lediga dag, hos en obehörig underleverantör för att möta produktionsmål och höja sina löner eftersom deras egen fabrik inte skulle erbjuda dem övertidsarbete. Arbetarna tillverkade H&M-produkter men fick ingen övertidsersättning.

Genom att delegera arbetet till sin underleverantör kunde huvudleverantören kringgå Kambodjas arbetslagar gällande övertidsersättning och ledighet. Arbetare vittnar också om att de inte fick neka långa arbetsskift på övertid, inklusive söndagar och högtider, och fick inget tillägg för övertidsarbete. Arbetarna hos underleverantören uppgav att de tänkte på att organisera sig men var rädda för repressalier om de gjorde det. Arbetarna berättade också att fabriken sysselsatte barn under den tillåtna åldersgränsen på 15 år och att barnen tvingades att arbeta lika hårt som de äldre.

5.4 Efter skandalen – H&M:s respons

I H&M:s hållbarhetsredovisning från 2015 finns en intervju med VD Karl-Johan Persson där han berättar att löner är en mycket komplex fråga där H&M söker vägledning från löneexperter som internationella fackföreningar istället för att själva sätta löner (H&M, 2015). Vidare berättar Persson att H&M har börjat med att publicera en lista på sina andrahandsleverantörer utöver den vanliga leverantörslistan (H&M, 2015). Dessutom berättar VD att H&M har börjat att redovisa frågor som

gäller mänskliga rättigheter enligt UN Guiding Principles Reporting Framework (H&M, 2015).

Det står även att H&M har skrivit ett internationellt ramavtal med den globala fackföreningen IndustriAll och IF Metall för att främja hållbara arbetsrelationer och kollektiva förhandlingar i H&M:s leverantörskedja (H&M, 2015). Vidare står det att H&M har blivit partners i Fair Wage Network, en ideell organisation som arbetar för rättvisa löner. Målsättningen att välja och belöna ansvarsfulla partners finns även i 2015 års hållbarhetsredovisningen med tillägget att

”Child labour, for example, is very rare today in the textile industry. However, systematic challenges such as long working hours and a lack of functioning industrial relations remain common issues in many markets”. (H&M, 2015)

Ett tillägg till 2015 års hållbarhetsredovisning till skillnad från föregående år är en skrift med rubriken ”Our Mission” som innehåller följande passage

”...there are many challenges that need to be solved. Workers’ health and safety, fire and building safety, excessive overtime, wages, freedom of association, industrial relations, use of energy, water and chemicals to mention a few”. (H&M, 2015)

Ett annat tillägg gäller dels förhållandet mellan första- och andrahandsleverantörer, och dels H&M:s granskningsförfarande

”Besides fundamental requirements on, for example, compliance with legal requirements and the ILO core conventions, our new Sustainability Commitment outlines aspirational goals for suppliers to integrate into their businesses. Correspondingly, we are moving away from standard compliance auditing to a partnership approach that encourages transparency and enables us to capture performance beyond compliance level and measure real impact.”. (H&M, 2015)

Det är svårt att veta vilka tillägg H&M har gjort till följd av sin skandal och vilka tillägg som var planerade ändå. Därför valde vi att inkludera alla tillägg på det sociala hållbarhetsområdet. H&M:s hållbarhetsredovisning från 2015 innehåller också en mängd samarbetsorganisationer, varav flera nytillkomna utan exakt förklaring av deras roll i H&M:s verksamhet. Även i 2015 års hållbarhetsredovisning står det att icke-statliga organisationer har validerat

hållbarhetsredovisningen och inte heller denna gång står det vilka de organisationerna är.

5.5 TeliaSoneras dominerande ställning

TeliaSonera är en av statliga Televerkets arvtagare och opererar på telemarknaden, som inkluderar bredbandstjänster. TeliaSonera dömdes för missbruk av dominerande ställning år 2013 när det gäller just bredbandstjänster på grund av bolagets agerande i början på 2000-talet (Marknadsdomstolen, 2013). Dominerande ställning för ett tiotal år sedan behöver däremot inte innebära dominerande ställning på senare tid. Därför måste vi titta på TeliaSoneras marknadsandelar idag.

När det gäller abonnemang på mobila samtals- och datatjänster hade TeliaSonera en marknadsandel på 37,4 procent år 2014 (Post- och Telestyrelsen, 2015). På bredbandsmarknaden var TeliaSoneras andel 35,1 procent (Post- och Telestyrelsen, 2015). I abonnemang på fast bredband var TeliaSoneras marknadsandel 39,1 procent. I abonnemang på mobilt bredband var TeliaSoneras marknadsandel 33,5 procent. I alla ovanstående marknader var TeliaSonera dessutom den enskilt största aktören. Endast när det gäller tv-tjänster var TeliaSonera mindre än den största konkurrenten (Post- och Telestyrelsen, 2015). Om man räknar abonnemang på fasta samtalstjänster hade TeliaSonera år 2014 en marknadsandel på 58 procent (Post- och Telestyrelsen, 2015).

Om man använder Konkurrensverkets definition ovan (se 5.1) ser man att TeliaSoneras marknadsandelar, som ständigt är nära eller över 40 procent, tyder på dominans. Ingen annan aktör är i närheten av TeliaSoneras marknadsandelar på de flesta marknader. Det verkar som att TeliaSoneras dominans har fortsatt in på 2010-talet. Mot bakgrund av TeliaSoneras marknadsandelar kan vi vara bekväma i vår bedömning att TeliaSonera är ett storbolag som är dominerande på den svenska telemarknaden.

5.6 Innan skandalen – TeliaSoneras åtaganden och strategi

TeliaSoneras hållbarhetsredovisning från 2010 är en kortare variant utan extern validering. I hållbarhetsredovisningen från år 2010 finner man flera hänvisningar till bolagets ”Code of

Conduct” som tar upp anti-korruption (TeliaSonera, 2010). Det står även att TeliaSonera hade workshops för sina ”management teams” i Eurasien vad gäller bolagets Code of Conduct (TeliaSonera, 2010). En ny ”Supplier Code” om hur bolaget väljer leverantörer infördes som innehåller avsnitt om etiska standarder (TeliaSonera 2010). Vidare står det bolagets Code of Conduct implementerades på den Eurasiska marknaden med flera workshops och möten med chefer (TeliaSonera, 2010). TeliaSoneras workshops i Eurasien diskuterade hur den lokala verksamheten borde bedrivas så att den blir förenlig med bolagets Code of Conduct (TeliaSonera, 2010).

Dessutom står det att TeliaSonera skulle tillämpa sin Supplier Code i upphandlingsförfaranden under 2011, samma år som skandalen nedan (TeliaSonera, 2010). Utifrån GRI:s instruktioner om väsentlighetsanalys ställde TeliaSonera upp tio prioriteringsområden varav ett är en ”Responsible supply chain” som inkluderar ”...ethical business practices...” (TeliaSonera, 2010). Vad gäller inträde på känsliga marknader skriver TeliaSonera:

”TeliaSonera will not enter countries that are sanctioned for investments by the United Nations or European Union, but may enter countries with shifting political stability, provided that we can conduct our business in an ethically and financially sound way. During the due diligence process, research is performed to secure that we in due time will be able to manage the acquired business or market entered in accordance with our corporate responsibility standards”. (TeliaSonera, 2010)

Vidare står det att ”Every merger and acquisition decision to enter a new market requires approval by the Board of Directors” (TeliaSonera, 2010). TeliaSonera identifierar, med hjälp av Transparency International, risker i sin hållbarhetsredovisning som är förknippade med vissa länder, däribland risker som gäller korruption:

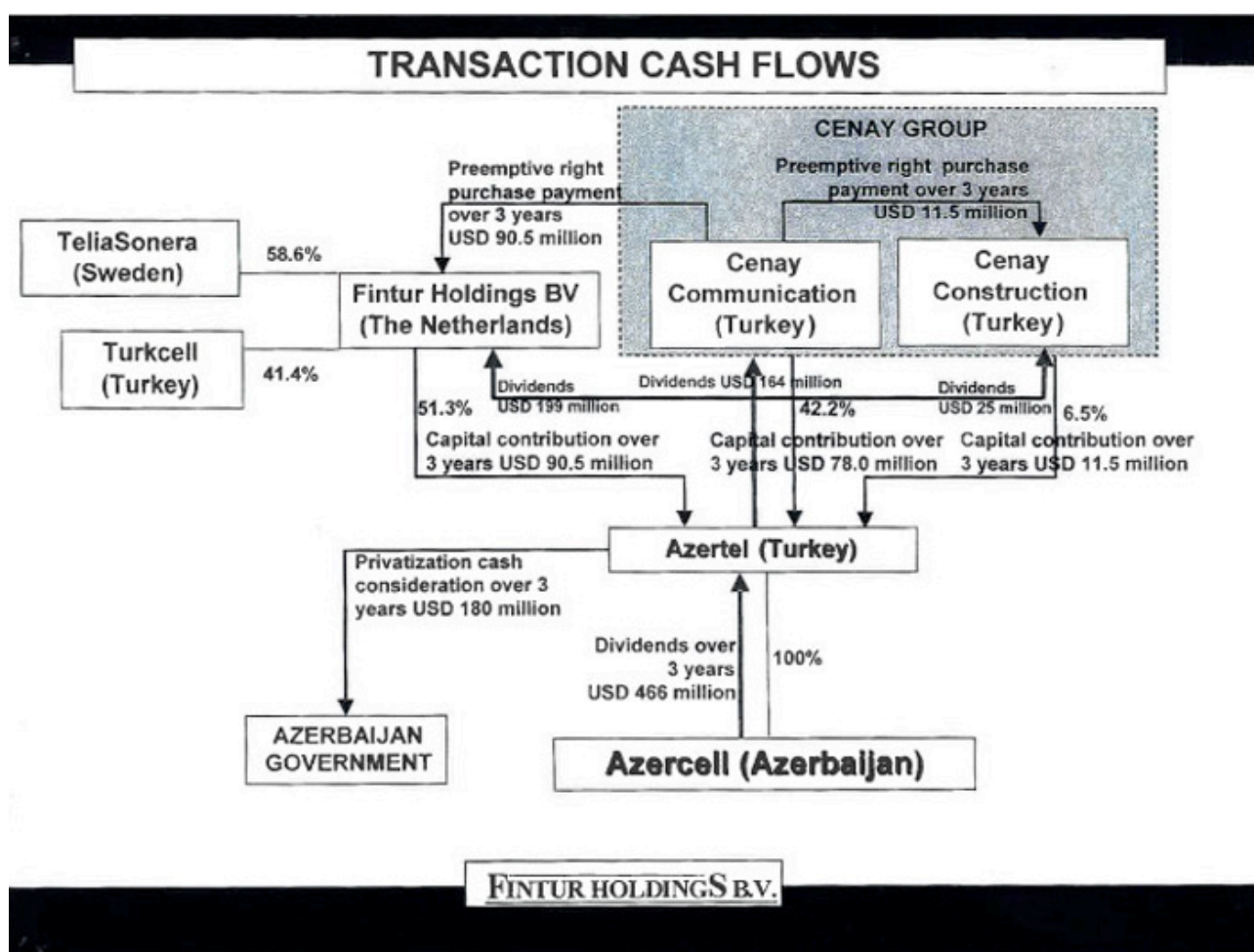
”Corruption is assessed to pose a high risk to the telecom industry based on the internationally reputed anti-corruption organization Transparency International’s research on governance practices across industries in 2010. This includes the risk of illegitimate financial transactions or inappropriate political contributions to governmental parties or authorities in connection with license negotiations.”. (TeliaSonera, 2010)

I TeliaSoneras hållbarhetsredovisning har bolaget sammanställt en tabell där Azerbajdzjan är rankat med hög korruption (TeliaSonera, 2010). Det står också att i bolag där TeliaSonera är

minoritetsägare är de beroende av majoritetsägarens risk- och kontrollstruktur medan bolag där TeliaSonera är hel- eller majoritetsägare är inom TeliaSoneras kontroll (TeliaSonera, 2010). För att följa upp riskhanteringsarbetet står det att TeliaSonera har kvartalsvisa möten (TeliaSonera, 2010).

5.7 Skandalen – TeliaSoneras deltagande i statlig korrupktion

En snabb sökning av TeliaSonera i media tyder på att bolaget har varit inblandat i flera kontroverser. Den skandal som vi ska fokusera på är särskilt väldokumenterad och uppdagades av Organized Crime and Corruption Reporting Project (OCCRP), ett ideellt nätverk av utredningscentra i Östeuropa och Centralasien (OCCRP, 2015).



(OCCRP, 2015)

Telia Sonera var majoritetsägare i Azercell Telecom, den största teleoperatören i Azerbajdzjan, där en annan stor ägare var den azeriska staten (OCCRP, 2015). När ett bolag kopplat till president

Aliyevs familj ville köpa en del av den azeriska statens andel i Azercell tillät och förenklade TeliaSonera denna transaktion genom att spä ut aktievärdet på sin egen andel och avstå från sin berättigade aktieavkastning (OCCRP, 2015). I gengäld gav den azeriska staten Azercell, med majoritetsägaren TeliaSonera, juridiska lättnader och alla tillstånd som krävs för att bedriva bolagets verksamhet i Azerbajdzjan (OCCRP, 2015).

OCCRP bedömer att president Aliyev och hans familj tjänade mer än 1 miljard US-dollar på denna transaktion, och att president Aliyevs bolag fick överta en stor del av den azeriska statens andel på grund av att *TeliaSonera agerade avsiktligt emot sitt intresse* (OCCRP, 2015). Händelsen är enkel att förklara men konstruktionen och pengaflödet är komplicerade (se transaktionsflödet ovan). OCCRP beräknade att de azeriska skattebetalarna förlorade 600 miljoner US-dollar på TeliaSoneras och president Aliyevs ageranden.

5.8 Efter skandalen – TeliaSoneras Respons

TeliaSoneras skandal gäller händelser som utspelades redan 2011 men artikeln från OCCRP publicerades först i mars 2015. Därför utgår vi från TeliaSoneras hållbarhetsredovisning för kalenderåret 2015 som är mer komplett än den från 2010 och dessutom validerad av Deloitte. Redan i introduktionen av hållbarhetsredovisningen finns ett brev från VD Johan Dennerlind där han berättar att TeliaSonera redan har börjat lägga ner sin verksamhet och avyttra sina andelar i Eurasien (TeliaSonera, 2015). I ett annat brev, från styrelseordförande Marie Ehrling, står det angående bolagets förehavanden i Eurasien att:

”It is possible to conduct business on a problematic market, and companies with a strong conviction and clear values are needed in these countries. However, this sets high requirements for internal rules, control and monitoring. Unfortunately, TeliaSonera once established itself on several of these markets in a way that is not in harmony with the company's present view of ethical and responsible business operations. The conclusion we have come to in the course of the work we have done shows clearly how important it is to act in the correct way from the very beginning, when entering new markets”. (TeliaSonera 2015)

I en lista över risker och osäkerheter har TeliaSonera inkluderat den inneboende problematiken med att vara minoritetsägare med begränsad kontroll i samägda dotterbolag där Turkcell och

Azerbajdzjan nämns specifikt (TeliaSonera, 2015). Listan inkluderar också joint ventures med verksamhet i Turkiet, Lettland och Ryssland som inte tillhör den verksamhet i Eurasien som kommer att läggas ner (TeliaSonera, 2015). Vidare noterar TeliaSonera att deras verksamhet äger rum i länder med utbredd korruption och tillägger att verksamhet som påverkar TeliaSonera negativt kan behöva läggas ner på en eller flera marknader trots hög tillväxt och lönsamhet (TeliaSonera, 2015).

En annan risk som TeliaSonera har identifierat i sin hållbarhetsredovisning är att behöva betala skadestånd och ersättningar till diverse myndigheter till följd av pågående rättsutredningar förknippade med bolagets verksamhet i Eurasien (TeliaSonera, 2015). TeliaSonera skriver att de vidhåller total transparens och samarbetsvillighet med att lämna över dokument till myndigheter (TeliaSonera, 2015). När det gäller risker i leverantörskedjan skriver TeliaSonera, precis som i 2010 års hållbarhetsredovisning, att leverantörer måste väljas utifrån principer om etisk affärsverksamhet (TeliaSonera, 2015). Nyheten i 2015 års hållbarhetsredovisning är känsligheten för intrycket att bolaget har misslyckats:

”Failure or perception of failure of TeliaSonera's suppliers to adhere to these requirements may damage the customers' or stakeholders' perception of TeliaSonera and negatively impact TeliaSoneras business operations and its brand”. (TeliaSonera 2015)

2015 års hållbarhetsredovisning innehåller också ett eget avsnitt om anti-korruption med målsättningar för vad anställda behöver lära sig om bolagets värdegrund med hjälp av nya utbildningsprogram (TeliaSonera, 2015). Inom ett annat avsnitt som gäller transparens skriver TeliaSonera att de kommer att publicera en lista över alla fall av okonventionella förfrågningar som offentliga myndigheter har gjort till TeliaSonera (TeliaSonera, 2015). Ett annat avsnitt gäller ansvarsfull upphandling där TeliaSoneras måls för 2018 är att 75 procent av leverantörerna lever upp till bolagets ”Supplier Code of Conduct” jämfört med 58 procent år 2015 (TeliaSonera, 2015).

Ytterligare ett avsnitt gäller ansvarsfullt utträde ur Eurasien (TeliaSonera, 2015). TeliaSonera vill undvika mutningar och korruption inom processen att träda ut ur de eurasiska marknaderna (TeliaSonera, 2015). Därför gör TeliaSonera en kontroll av bolag som vill köpa upp TeliaSoneras andelar, inklusive en kontroll av slutgiltig förmånstagare (TeliaSonera, 2015). Dessutom kräver TeliaSonera att det bolag som vill köpa TeliaSoneras andelar skriver under ett avtal om att följa

TeliaSoneras policy och procedur (TeliaSonera, 2015). Avslutningsvis är det tydligt för den som läser TeliaSoneras hållbarhetsredovisning från 2015 att mycket av innehållet handlar just om korruption i Eurasien.

5.9 Vattenfalls dominerande ställning

I en statlig utredning (SOU 2005:004, s. 371) står det utan förbehåll att Vattenfall har en dominerande ställning på elmarknaden. Som i fallet med TeliaSonera måste det inte innebära att Vattenfall har en dominerande ställning idag. Klarare besked finns i en rapport från Energimarknadsinspektionen (Ei R2014:18, s. 26) där det står att Vattenfalls marknadsandel i svensk energiproduktion år 2013 var 45 procent, långt före tvåan EON: s 17 procent.

Mot bakgrund av Konkurrensverkets tröskel på 40 procent (se 5.1) och sannolikheten att Vattenfalls dominans har varat åtminstone sedan år 2005 är vi säkra i vår bedömning att Vattenfall är i dominerande ställning på den svenska elproduktionsmarknaden.

5.10 Före skandalen – Vattenfalls åtaganden och strategi

Som ett fullkomligt statligt ägt bolag ligger Vattenfall under riksdagens beslutsmakt, regeringens styrning och riksrevisionens granskning, utöver dess interna förvaltning (Riksrevisionen, 2015). Vattenfalls åtaganden och strategi utformas därför både av riksdagen och regeringen, samt av bolagets ledning i dess hållbarhetsredovisning.

Enligt riksdagens beslut om regeringens proposition 2009/10:179 om att förtydliga Vattenfalls uppdrag ska Vattenfall ”generera en marknadsmässig avkastning genom att affärsmässigt bedriva energiverksamhet så att bolaget tillhör ett av de bolag som leder utvecklingen mot en miljömässigt hållbar energiproduktion” (Regeringen, 2009). Därefter skriver regeringen att ”Vattenfalls uppdrag som ovan beskrivits måste på ett tydligt sätt kunna följas upp och redovisas till ägaren” (Regeringen, 2009). Regeringen tillägger följande:

”Utifrån regeringens föreslagna förtydligande av uppdraget blir EU2020-målen en

naturlig referenspunkt för Vattenfalls rapportering vad avser utvecklingen mot hållbar energiproduktion. Det blir möjligt att utvärdera huruvida Vattenfall bland jämförbara bolag faktiskt tillhör ett av de bolag som leder utvecklingen mot minskade utsläpp av klimatgaser och ökad andel förnybar energi, samt aktivt verkar för en effektivare energianvändning.” (Regeringen, 2009)

De åsyftade EU2020-målen handlar om minskade utsläpp av växthusgaser med 20 procent jämfört med 1990 års nivå och en andel på minst 20 procent förnybar energi av den totala energianvändningen, samt 20 procent effektivare energianvändning (Regeringen, 2009).

Vår genomgång av Vattenfalls hållbarhetsredovisningar från år 2010 till 2014 visar inga ytterligare åtaganden eller tillägg till bolagets strategi, utöver det som krävdes ovan av regeringen och riksdagen.

5.11 Skandalen – Vattenfalls bristande miljöansvar

Vattenfall driver en kontroversiell brunkolsverksamhet i Tyskland som bolaget avser att sälja. Riksrevisionen menar att utsläppen inom EU, som Vattenfall måste uppmärksamma, inte minskar av att Vattenfall säljer av sin verksamhet i Tyskland eftersom den bara lär återupptas av det bolag som köper upp verksamheten (Riksrevisionen, 2015).

Vidare bedömer Riksrevisionen att Vattenfalls planeringshorisont i miljöfrågor är för kort och inte går att relatera till de miljöhållbarhetsmål som riksdagen har krävt att Vattenfall uppnår (Riksrevisionen, 2015). Således har Vattenfall gjort det svårt för staten att få insyn i hur väl bolaget tar sitt miljöansvar.

Vattenfall har inte tagit beslut om sina miljöhållbarhetsmål i styrelsen och därigenom undvikit att göra miljömålen juridiskt bindande för bolaget (Riksrevisionen, 2015). Dessutom har Vattenfall underlåtit att analysera risken för missade miljöhållbarhetsmål (Riksrevisionen, 2015). Därutöver har Vattenfall inte satsat tillräckligt på forskning och utveckling inom området förnybar energi, vilket också går emot riksdagens direktiv att Vattenfall ska vara ledande i den framtida energiomställningen (Riksrevisionen, 2015).

Vattenfall har uppvisat en likgiltighet mot forskning och utveckling trots att riksdagen sänkte avkastningskraven mot bolaget år 2012 och därigenom frigjorde resurser som kunde ha gått till forskning och utveckling (Riksrevisionen, 2015). I praktiken har Vattenfall sällan inkluderat forskning och utveckling i bolagets strategier och investeringsplaner (Riksrevisionen, 2015).

Vidare har Vattenfall redovisat ökade investeringar i förnybar energi på ett tveksamt sätt: utan att andelen förnybar energi i bolagets verksamhet har ökat (Riksrevisionen, 2015). Detta har Vattenfall uppnått genom att sälja andelar av sin vindkraftsverksamhet för att köpa andelar i annan vindkraftsverksamhet och därefter redovisat hundra procent av den nya vindkraftsverksamheten som en investering i förnybar energi (Riksrevisionen, 2015).

I verkligheten äger inte Vattenfall hela verksamheten vars värde redovisas som en investering i förnybar energi, och dessutom köptes andelen av den nya verksamheten genom försäljning av befintlig verksamhet i förnybar energi (Riksrevisionen, 2015). Således har Vattenfall redovisat en ökning av bolagets investering i förnybar energi utan att andelen förnybar energi i bolagets verksamhet har ökat. Riksrevisionen tror att Vattenfall har agerat på ett sådant tveksamt sätt för att enklare uppfylla regeringens mål och öka intressenternas förtroende för bolaget (Riksrevisionen, 2015).

5.12 Efter skandalen – Vattenfalls respons

I Vattenfalls senaste hållbarhetsredovisning för år 2015 står det att styrelsen har satt tre hållbarhetsmål som, av innehållet att döma, är i linje med riksdagens krav och juridiskt bindande för bolaget. I hållbarhetsredovisningen syns ingen förändring av koldioxidutsläpp jämfört med föregående år (Vattenfall, 2015). Samtidigt öppnade Vattenfall ett nytt kolkraftverk i Hamburg vars årliga koldioxidutsläpp ännu inte har räknats (Vattenfall, 2015). Vattenfall räknar ändå med att sänka sitt koldioxidutsläpp med nära 20 procent de kommande åren genom att sälja sin brunkolsverksamhet i Tyskland (Vattenfall, 2015). Vattenfall kommer även att behöva sälja mycket av sin verksamhet på grund av enorma finansiella förluster. Inga alternativ till att sälja brunkolsverksamheten står i Vattenfalls hållbarhetsredovisning.

Under 2016 och 2017 planerar Vattenfall att investera 14 miljarder kronor i förnybar energi, vilket

utgör 44 procent av Vattenfalls totala planerade investeringar för perioden (Vattenfall, 2015). Vidare har Vattenfall pågående projekt i området energieffektivitet som framförallt handlar om kundupplysning och driftförbättringar (Vattenfall, 2015). Under åren 2012 till 2014 har Vattenfall ökat mängden förnybar energi i en snabbare takt än övriga marknaden (Vattenfall, 2015).

Vattenfall kommer under åren fram till 2020 att fasa ut sin kärnkraftsverksamhet i Ringhals 1 och 2 samt den tyska kärnkraften till år 2022 (Vattenfall, 2015). Vattenfalls prioriteringsområden de kommande åren är att uppnå energieffektivitet, sänka utsläppen av koldioxid och utveckla sin vindkraftsverksamhet (Vattenfall, 2015). En kortfattad riskbedömning är inkluderad i Vattenfalls hållbarhetsredovisning avseende en tänkbar situation om Vattenfall inte lyckas sänka sina koldioxidutsläpp (Vattenfall, 2015). Däremot finns ingen längre utredning i frågan. Vattenfalls hållbarhetsredovisning för år 2015 är validerad av Ernst & Young.

6 Analys

Här tillämpas den innehållsanalys som redovisades i del 2.3. Därefter tolkas resultaten med hjälp av det praktiska och teoretiska ramverket i del 3 och 4. Eftersom de utvalda bolagen utgör fallstudier kommer varje bolag att analyseras och tolkas för sig. För enklare referens inkluderar vi nedan tabellen från 2.3 där kategorierna i vår innehållsanalys definieras. Observera hur definitionerna är formulerade eftersom språket i definitionerna avgränsar koderna från varandra.

ANALYSENHETER – KOD OCH DEFINITION	
Anklagelse	<i>Text där en utredande instans påstår och lägger fram bevis för att bolaget ifråga har brustit mot sina åtaganden enligt sina egna direktiv</i>
Erkännande	<i>Text där bolaget medger på något sätt att det har brustit helt eller delvis i samma åtaganden som avses i anklagelsen</i>
Förnekande	<i>Text där bolaget påstår sig vara helt eller delvis oskyldigt till anklagelsen</i>
Försvaret	<i>Text där bolaget framställer bevis som motsäger anklagelsen</i>
Åtgärd	<i>Text där bolaget åtar sig att agera till uppenbar följd av anklagelsen</i>

6.1 H&M – innehållsanalys och tolkning

Anklagelse – H&M anklagades av Human Rights Watch för att ha brustit i sitt ansvar gällande mänskliga rättigheter. 1) Textilarbetare som framställde H&M:s produkter hos underleverantörer tvingades till övertidsarbete utan ersättning. 2) Arbetarna uttryckte en rädsla för repressalier om de organiserade sig fackligt. 3) H&M:s underleverantör satte barn under 15 år i arbete med samma prestationskrav som vuxna.

Erkännande – H&M medgav att överarbete och dåliga arbetsrelationer är utmaningar som består på flera av deras marknader. H&M medgav också att övertid och rätten att organisera sig fackligt är bestående problem i nämnda marknader. Vad gäller barnarbete finns inget erkännande från H&M.

Förnekande – H&M skrev att barnarbete har blivit sällsynt i textilindustrin men förnekade inte uttryckligen det som Human Rights Watch påstod.

Försvar – H&M framställde inga bevis för att anklagelsen skulle vara felaktig. Därför skrev H&M inget som kan tolkas som ett försvar enligt vår definition.

Åtgärd – Ansvar för lönesättning har H&M skjutit till internationella fackföreningar och bolaget har även blivit medlem i Fair Wage Network. H&M har ökat sin transparens genom att redovisa andrahandsleverantörer, i enlighet med UN Guiding Principles Reporting Framework.

Praktisk tolkning – H&M:s hållbarhetsredovisningar avviker något från praxis; med tanke på vilket fokus H&M har på att samarbeta med diverse organisationer är det märkligt att de inte berättar vilka organisationer som har validerat deras hållbarhetsredovisningar. Det är förstås fullt tillåtet men samtidigt överraskande att H&M väljer att undanhålla sådan grundläggande information.

Teoretisk tolkning – Genom att skriva en hållbarhetsredovisning enligt GRI:s riktlinjer skaffar sig H&M ”procedural legitimacy”. Genom sitt samarbete med diverse organisationer som redan åtnjuter hög legitimitet får H&M även ”symbolic legitimacy”. H&M:s program där de bland annat belönar etiska fabriker med större beställningar bidrar också till att öka bolagets legitimitet.

Extern validering av hållbarhetsredovisningar är ett utmärkt tillfälle att ägna sig åt ”symbolic legitimacy” men H&M verkar ha valt bort det. I övrigt lyfter H&M ständigt upp vilka organisationer de samarbetar med. Däremot berättar H&M inte vad alla dess samarbeten med internationella organisationer innebär och även där mister H&M möjligheter att legitimera sig. Det verkar som att H&M gärna vill ägna sig åt ”symbolic legitimacy” utan att implementera eller presentera några djupgående strategier för hur goda resultat ska uppnås.

H&M:s åtgärder efter skandalen är av varierande kvalitet. Beslutet att utöka leverantörslistan med andrahandsleverantörer är modigt eftersom H&M därmed riskerar fler avslöjanden som kan skada bolagets legitimitet. Vi finner det beundransvärt att H&M väljer att exponera sig ytterligare istället för att försvara sig och täcka upp för den skandal som skedde. Beslutet att lämna över frågor till internationella fackföreningar kan ha praktiskt betydelse om dessa internationella fackföreningar är effektiva. Utan någon uppföljning får vi inte veta hur arbetet fortskrider, och det står inget om

någon uppföljning. Inte heller medlemskapet i Fair Wage Network förklaras i termer av vad som faktiskt ska göras. Ingen uppföljning planeras uttryckligen där heller.

Av empirin att döma har H&M ändå tagit sin skandal med ro, trots ett ökat antal samarbeten, och det kan vara en välavvägd strategi. Bolagets intressenter är förmodligen redan införstådda i arbetssituationen för textilarbetare i Sydostasien. Det är allmänt känt att fattiga textilarbetare befinner sig i en rävsax mellan svårt arbete och ännu svårare arbetslöshet. Genom att utföra kontroller, belöna fabriker som sköter sig, publicera listor på sina underleverantörer och samarbeta internationellt med fackföreningar kan H&M möjligen anses ha tagit sitt ansvar så gott det går.

Det kan vara så att H&M:s ledning förväntar sig att bolagets intressenter drar slutsatsen att Kambodjas underliggande problem är fattigdom i allmänhet, inte H&M i synnerhet. Då blir det vettigt att lösa fattigdomsproblemet genom ökade investeringar och samarbete med diverse organisationer, med insikten att tragiska incidenter kan uppstå fastän arbetsförhållandena blir bättre överlag. Så verkar H&M arbeta om vi utgår från empirin.

Naturligtvis lyfter H&M:s skandal frågan om varför H&M måste förlägga sin tillverkning i länder som Kambodja. Vi tror att bolagets intressenter, framförallt kunderna, vill att H&M fortsätter att sälja billiga kläder. Därför lär inte H&M:s anseende skadas av att bolaget vidtar nödvändiga åtgärder, som att tillverka sina kläder i låglöneländer, för att hålla priserna nere. Dessutom tror vi att många förstår att samma textilarbetare i länder som Kambodja förmodligen hade missgynnats ännu mer om H&M lämnade landet.

På ett tragiskt sätt innebär det, trots barnarbete och exploatering, att H&M gör det som vi förmodar att alla dess intressenter vill: tillverkar billiga kläder i fattiga länder. Bland dessa intressenter finns även låglönearbetarna och barnarbetarna i Kambodja. Det är en barsk verklighet men det var inte H&M som skapade den. Så länge bolagets intressenter håller med om detta lär bolaget knappast genomgå någon legitimitetskris.

6.2 TeliaSonera – innehållsanalys och tolkning

Anklagelse – OCCRP rapporterade att TeliaSonera agerade avsiktligt mot sitt intresse för att underlätta för den azeriska presidentens bolag att köpa upp den azeriska statens andel i ett joint venture. I gengäld fick TeliaSonera juridiska lättnader för att bedriva sin verksamhet i Azerbajdzjan.

Erkännande – TeliaSonera medger att de äntrade den Eurasiska marknaden på fel sätt, sådant att det blev svårt för dem att hålla fast vid sin uppförandekod.

Förnekande – TeliaSonera skyller sin skandal delvis på faktumet att bolaget var minoritetsägare i Turkcell, vilket gjorde det svårt för TeliaSonera att tillämpa sina etiska principer.

Försvar – Inget i vår empiri om TeliaSonera kan tolkas som försvar.

Åtgärd – TeliaSonera bestämde sig för att lämna Eurasien till följd av svårigheten med att bedriva etiskt försvarbar verksamhet där. TeliaSonera planerade också att utbilda personal i bolagets värdegrund. Därutöver ökade TeliaSonera sin transparens genom att publicera okonventionella förfrågningar från myndigheter.

Praktisk tolkning – TeliaSoneras hållbarhetsredovisning från 2010 är en kort och koncis variant medan 2015 års redovisning är mer komplett. Det är ett vanligt mönster att hållbarhetsredovisningar blir större i takt med en större precision i vad som borde finnas i en hållbarhetsredovisning. Den senare hållbarhetsredovisningen är validerad av Deloitte. Deloitte har gjort en bred och inklusiv väsentlighetsanalys enligt GRI:s riktlinjer.

Teoretisk tolkning – TeliaSoneras förklaring till sina tvivelaktiga beslut att samarbeta med den azeriska presidenten är att de äntrade den eurasiska marknaden på fel sätt så att det blev svårt för dem att upprätthålla sin uppförandekod. Det är svårt för oss att tro på den förklaringen eftersom stora investeringsbeslut rimligen tas på bolagets högsta nivå, och ansvariga på den nivån borde alltid följa god affärssed oavsett bolagets ”code of conduct”.

Vi tror att TeliaSonera hoppades på att ingen skulle upptäcka deras transaktioner med den azeriska presidentens bolag, därav det komplicerade transaktionsflödet. Eftersom TeliaSonera försökte att

dölja sina förehavanden i Azerbajdzjan måste de ha vetat att deras agerande utgör ett svek mot bolagets intressenter, annars hade de inte försökt att dölja något. I del 4.1 skrev vi att företagsledares stora utmaning är att hitta gemensam mark mellan sina intressenter och få dem att dra åt samma håll. TeliaSonera ville snarare finna en genväg där de kunde ignorera åtminstone en del av sina intressenter. Deras åtgärder handlar således om att rädda sin legitimitet.

Beslutet att lämna Eurasien, trots att verksamheten är ekonomiskt framgångsrik, är drastiskt och tyder på att TeliaSonera inser allvaret i sin legitimitetskris. Åtgärden att utbilda personal i bolagets värdegrund hade varit en lämplig åtgärd om bolagets moraliskt tveksamma beslut kom från personal på lägre nivå, vilket de inte gjorde. Om ledningen är den personal som behöver utbildas i bolagets värdegrund har TeliaSonera större problem än vi kan ana.

Åtgärden att publicera okonventionella förfrågningar från myndigheter kan möjligen bli effektiv. Det krävs en tydlig definition av vad som utgör en okonventionell förfrågan. Någon sådan definition finns inte i empirin. Om TeliaSonera redan har värdegrundsproblem i sin organisation blir det tveksamt om personalen lär tillämpa principen att publicera alla okonventionella förfrågningar på ett konsekvent sätt.

Skulle TeliaSonera publicera sådana okonventionella förfrågningar på ett strikt och konsekvent sätt kan det säkert bli en effektiv åtgärd eftersom myndigheter då vet att de inte borde skicka sådana förfrågningar till TeliaSonera. Åtgärden att publicera alla okonventionella förfrågningar blir i så fall både ett inslag av transparens och av skydd mot korrupta myndigheter. Bara tiden kan utvisa om TeliaSoneras åtgärder kan rädda dess legitimitet.

6.3 Vattenfall – innehållsanalys och tolkning

Anklagelser – Riksrevisionen riktade flera anklagelser mot Vattenfall. 1) Vattenfalls utsläppsnivå är över riksdagens målsättning. 2) Vattenfalls planeringshorisont är för kort för genomgripande strategiarbete. 3) Vattenfall redovisar på ett sådant sätt att det blir svårt för staten att få insyn. 4) Vattenfall undviker att göra sina miljöhållbarhetsmål bindande. 5) Vattenfall investerar för lite i förnybar energi. 6) Vattenfall redovisar investeringar i förnybar energi utan att öka andelen förnybar energi i bolagets portfölj.

Erkännande – Inget i vår empiri om Vattenfall tyder på något erkännande enligt vår definition.

Förnekande – Inget i vår empiri om Vattenfall tyder på något förnekande enligt vår definition.

Försvar – Inget i vår empiri om Vattenfall tyder på något försvar enligt vår definition.

Åtgärd – Vattenfall gjorde sina miljöhållbarhetsmål bindande. Vattenfall tänker avyttra sin tyska brunkolsverksamhet. Dessutom redovisar Vattenfall hur de planerar att sänka sina koldioxidutsläpp. Vidare planerar Vattenfall en större investering i vindkraft. Därutöver gör Vattenfall en kort riskbedömning i händelse av att utsläppsmålen inte möts.

Praktisk tolkning – Med sina 69 sidor är Vattenfalls hållbarhetsredovisning för år 2015 förbluffande kort för ett sådant stort bolag med många olika verksamheter. 2015 års hållbarhetsredovisning följer GRI:s riktlinjer och väsentlighetsanalysen tyder på att hållbarhetsredovisningen är nära det som GRI betraktar som ”core”. Vattenfalls hållbarhetsredovisning för år 2015 är validerad av Ernst & Young.

Teoretisk tolkning – Genom att skriva en hållbarhetsredovisning enligt GRI:s riktlinjer ämnar Vattenfall att öka sin ”procedural legitimacy” men eftersom den är av en kortare variant blir det tveksamt hur mycket legitimitet Vattenfall tjänar på det. Eftersom Vattenfalls hållbarhetsredovisning är validerad av Ernst & Young ägnar de sig också åt ”symbolic legitimacy”. Den legitimitet som ett bolag kan tjäna på en väl förmedlad strategi verkar bli en missad möjlighet för Vattenfall.

Åtgärden att göra miljöhållbarhetsmålen bindande är viktig och ökar bolagets legitimitet. Vattenfall räknar med att försäljningen av bolagets tyska brunkolsverksamhet kommer att sänka koldioxidutsläppen till en nivå som är förenlig med riksdagens målsättning. Riskbedömningen som behandlar eventualiteten att de inte möter utsläppsmålet är däremot översiktlig och tarvlig. Dessutom utreder inte Vattenfall några alternativ i sin hållbarhetsredovisning till att sälja brunkolsverksamheten.

Riksrevisionen påpekade att en försäljning av brunkolsverksamheten inte minskar utsläppen men bara förflyttar den från Vattenfall till det bolag som köper verksamheten. Det resonemanget

besvaras inte på något sätt av Vattenfall; det är bara försäljning som gäller. Vattenfall planerar en större investering i vindkraft men förklarar inte hur andelen förnybar energi i bolagets portfölj påverkas. Det kan bli så igen att mängden förnybar energi i bolagets portfölj ökar utan att andelen gör det. Då missar Vattenfall sina hållbarhetsmål igen.

Vattenfalls investeringar i förnybar energi gäller delvis driftförbättringar och konsumentupplysning. Det saknas fortfarande den betydande forskningen och utvecklingen som Vattenfall borde kunna bedriva med sina resurser enligt Riksrevisionen, även om Vattenfall redovisar små steg åt det målet. I övrigt är det svårt för oss att bedöma om Vattenfalls redovisar på ett sätt som försvårar statlig insyn men kan bekräfta att planeringshorisonten fortfarande är för kort eftersom Vattenfalls hållbarhetsredovisning saknar långsiktiga strategier utöver att investera i vindkraft samt stänga Ringhals och den tyska brunkolsverksamheten.

Det genomgående intrycket vi fick av att granska Vattenfalls hållbarhetsredovisning är att bolaget struntar i sina intressenter. Vi ser ingen önskan hos Vattenfall att leda sina intressenter mot gemensamma mål. Vattenfall vill ge sken av att vara ett bolag som satsar på framtiden, med innovation och ren energi. I praktiken är deras satsningar på ren energi sterila eftersom andelen ren energi i deras portfölj är oförändrad, liksom deras koldioxidutsläpp. Vattenfall framställer sin försäljning av brunkolsverksamheten i Tyskland som ett ansvarsfullt beslut. I praktiken vet vi att Vattenfall måste göra det på grund av dåliga ekonomiska resultat samtidigt som bolaget som köper upp verksamheten lär ha lika höga utsläpp.

Möjligen får Vattenfall en del av sin legitimitet från att vara ett statligt bolag men det är svårt att se hur Vattenfall ska behålla den. Med tiden kommer det visa sig att Vattenfalls skenlösningar är verkningslösa och då hamnar bolaget i en ny legitimitetskris. Ska Vattenfall köra på tomgång tills staten styckar upp och säljer bolaget? Vad är poängen med en hållbarhetsredovisning om det saknas en strategi för hur bolaget ska möta sina utmaningar? Vi lärde oss att stora bolag med omfattande resurser kan hållas vid liv ganska länge innan legitimitetskriserna avlöser varandra och bolaget tvingas att lägga ner. Om inga genomgripande förändringar sker i Vattenfall tror vi att bolaget är på väg mot konstgjord andning.

7 Slutsats

Våra slutsatser börjar med en efterhandskritik av metoder och material samt praktiskt ramverk och teorier. Frågeställningen besvaras sist.

7.1 Om valen av metod och material

Vi ville veta om ett bolag kan använda sin hållbarhetsredovisning som ett kommunikationsmedel för att bemöta kritik till följd av en skandal. Därför valde vi bolag i olika branscher, med olika ägarförhållanden och som genomgick olika skandaler. Vi ville ha en bred definition på bolagsskandal och var beredda på en stor variation i hur bolagen hanterade sina utmaningar. Vår ansats var öppen och pejlande eftersom vi, i vår brist på erfarenhet, inte visste vilken typ av information vi skulle hitta.

Eftersom vi valde fallstudier, i samband med dokumentstudier, kunde vi genomföra en förhållandevis djup granskning som avslöjade vissa idiosynkrasier hos bolagen. H&M gillar att bombardera läsaren med samarbetsorganisationer och projekt vars praktiska betydelse sällan förklaras. TeliaSonera å andra sidan är mycket verkstad och lite snack: drastiska åtgärder i nuet utan särskilt mycket reklam för samarbeten och framtidsvisioner. Hela havet stormar i Vattenfall: enorma förluster de föregående åren, höga koldioxidutsläpp och skarp kritik från staten. Intrycket av Vattenfall är ett bolag i desperation som har fått en besvärlig läxa att skriva en hållbarhetsredovisning, och gör den därför snabbt och slapphänt.

Vår innehållsanalys hjälpte oss att sortera skandal och respons. På så sätt kunde vi komma till essensen i ett ämne som vi annars hade funnit svårbegripligt. Bolagsskandaler är en lös kategori som benämner en serie händelser som är unik för varje bolag. Hållbarhetsredovisningen är fortfarande en relativt odefinierat typ av dokument. GRI ger bolagen närmast oändliga valmöjligheter att utforma sin hållbarhetsredovisning och inga hållbarhetsredovisningar har skrivits till följd av EU:s direktiv eftersom det trädde i kraft år 2016. Det saknas alltså fortfarande klara definitioner och gemensamma strukturer för vad som utgör en hållbarhetsredovisning. Dessutom visste vi att vi behövde granska utredande artiklar och statliga publikationer. Utan vår kodning och kategorisering hade det blivit svårt för oss att få en överblick.

7.2 Om valen av ramverk och teorier

I början trodde vi att GRI är en auktoritär och normgivande organisation i utformningen av hållbarhetsredovisningar, och visst är GRI den mest noterade organisation på området. Alla hållbarhetsredovisningar vi har sett anknäver på något sätt till GRI:s riktlinjer. Däremot är riktlinjerna högst frivilliga, ofta öppna i sin formulering och utgör snarare en buffé av artiklar än ett strikt ramverk för det bolag som vill följa dem. GRI sysslar inte ens med verifikation av hållbarhetsredovisningar. GRI har därför en mer perifer roll i hållbarhetsredovisningens utveckling än vi tidigare hade anat.

Intressentteorin gav oss å ena sidan en nyanserad uppfattning av bolagsledares utmaning när det gäller att finna gemensam mark för alla sina intressenter. Å andra sidan är vi inte helt säkra på att bolagsledare ser saker på det sätt som beskrivs av intressentteorins förespråkare. Enligt R. Edward Freeman (Darden School of Business at the University of Virginia, 2009) borde bolagsledare lägga undan den intuitiva uppfattningen att aktieägares intressen kan strida mot andra intressenters önskemål. Vi är inte säkra på att bolagsledare verkligen gör det. Det kan mycket väl uppstå situationer där bolagsledare måste välja mellan motstridiga intressen och ofta prioritera aktieägarna. Exempelvis Vattenfall agerar inte som ett bolag som vill finna gemensam mark mellan sina intressenter.

Legitimitetsteorin verkade däremot förklara mycket av bolagens beteende. Distinktionen mellan ”symbolic legitimacy” och den legitimitet som kommer av goda strategiska beslut förklarade skillnaden mellan H&M och TeliaSonera på ett mycket vettigt sätt. När vi studerade legitimitetsteorin fick vi lära oss att hela fenomenet hållbarhetsredovisning kan tolkas som en övning i att skapa legitimitet.

Vi fick också veta att det har bedrivits forskning med en frågeställning som liknar vår och att det har bekräftats att bolag har ändrat sin hållbarhetsredovisning för att hantera kritik till följd av en bolagsskandal (Summerhays & de Villiers, 2012). Det var en betryggande upptäckt eftersom vi stundtals trodde att hela vår frågeställning är udda och besynnerlig i redovisningssammanhang.

7.3 Om frågeställningen

Vi frågade om bolag använder sin hållbarhetsredovisning för att bemöta kritik gällande uppmärksammade bolagsskandaler. Vi upptäckte att alla bolag ändrade sina hållbarhetsredovisningar efter skandalerna. Frågan är om det finns ett orsakssamband mellan skandalen och ändringen av hållbarhetsredovisningen. Hållbarhetsredovisningen är en redovisningsform som utvecklas snabbt och med tiden möter bolag nya utmaningar. Det kan mycket väl vara så att bolagen ändrade sina hållbarhetsredovisningar utan hänsyn till sina respektive skandaler. Situationen skiljer sig mellan de olika bolagen.

I H&M:s fall märkte vi en expansion av antalet samarbetsorganisationer i det sociala hållbarhetsområdet. Var denna expansion redan planerad innan deras skandal? Skulle den genomföras oavsett? Vi kan inte veta exakt. Det vore däremot osannolikt att H&M valde att lämna över ansvaret för lönesättning och en del av ansvaret som gäller arbetsrelationer helt utan koppling till sin skandal på arbetsmiljöområdet. Mer sannolikt är att H&M valde att skjuta ifrån sig ansvaret till organisationer som läsaren bara kan anta är mer kompetenta i arbetsmiljöfrågor, till följd av sin bolagsskandal. Eftersom H&M har fått kritik även förr gällande arbetsmiljön där deras kläder tillverkas kan denna senaste skandal som vi granskade ha blivit sista droppen som fick dem att vidta åtgärder. Vi kan inte veta med säkerhet men vi tror att H&M använde sin hållbarhetsredovisning för att meddela att ansvaret som gäller arbetsrelationer är delvis utanför deras händer och under tillförordnade fackföreningars ansvar från och med 2015.

TeliaSoneras fall är mycket tydligare. Trots att bolaget ger ursäkter och använder ett diplomatiskt språk är det tydligt att TeliaSonera lämnar Azerbajdzjan på grund av avslöjandet att de deltar i statlig korruption. Transaktionsflödet i Azerbajdzjan-affären är suspekt och beslutet att lämna Eurasien trots en lovande ekonomisk prognos är drastiskt. Det är svårt att tänka sig att något bolag vidtar sådana åtgärder utan en känsla av skuld och ett medvetande om den skada som de har åsamkat sitt varumärke. Vi kan med stor säkerhet dra slutsatsen att TeliaSonera använde sin hållbarhetsredovisning för år 2015 för att meddela sin strategi att lämna Eurasien, till följd av korruptionsanklagelserna mot dem.

För Vattenfall är omständigheterna annorlunda. Bolaget måste lyssna på sin ägare som är svenska staten. Det är därför vi kunde utgå från Riksrevisionens granskning i första hand istället för Vattenfalls tidigare hållbarhetsredovisningar. Vattenfall vidtog några åtgärder i linje med

Riksrevisionens rekommendationer men brast i andra hänseenden. Vi måste alltså dra slutsatsen att Vattenfall använde sin hållbarhetsredovisning för att bemöta kritik.

När det gäller anklagelserna om miljöförstöring genom höga koldioxidutsläpp verkar Vattenfall å andra sidan ignorera alla anklagelser och riktlinjer från statens sida. Möjligen har Vattenfall en brist på idéer som kan utgöra alternativ till att sälja sin brunkolsverksamhet men vi finner det märkligt att de inte ens visar för sina intressenter att de diskuterar frågan. Vi vet att Vattenfall har akuta lönsamhetsproblem och kanske skjuter ledningen upp brunkolsfrågan tills de har utformat en finansiell framtidsplan. Varken intressentteorin eller legitimitetsteorin förklarar på något lämpligt sätt hur Vattenfalls ledning har valt att agera.

Vår slutsats är att alla tre av våra utvalda svenska storbolag använde sin respektive hållbarhetsredovisning för att bemöta kritiks som har riktats mot respektive bolag. Våra tre bolag är marknadsledande på sina branscher och rimligen också normgivande. Det innebär att fler bolag i Sverige kan använda sin hållbarhetsredovisning på ett liknande sätt. Vi kan alltså föreslå vårt lilla tillägg i definitionen av en hållbarhetsredovisning, åtminstone i Sverige:

En hållbarhetsredovisning kan bland annat användas som ett medium för att bemöta kritik som riktas mot bolaget som skriver den.

Källor

Egentligen borde alla dokument som ingår i empirin finnas med som bilagor. Tyvärr uppgår empirins dokument till flera hundra sidor. Därför är de listade här som källor.

Dokument från myndigheter

Departementsserien (2014). *Företagens rapportering om hållbarhet och mångfaldspolicy*. (Ds 2014:45) (s. 37)

Direktiv 2014/95/EU

Direktiv 2013/34/EU

Marknadsdomstolen (2013). *MD 2013:5, mål nr A 8/11*

Post- och Telestyrelsen (2015). *Svensk telemarknad 2014 (PTS-ER 2015:19)*

Regeringen (2009) *Proposition 2009/10:179*

Riksrevisionen (2015) *Vattenfall – konkurrenskraftigt och ledande i energiomställningen? (RiR 2015:6)*

Tillväxtverket (2015). *Modebranschen i Sverige: statistik och analys 2015. (Rapport 0176)* (s. 24)

Artiklar från oberoende organisationer

Global Reporting Initiative (2013). *Research and Development Series: The External Assurance of Sustainability Reporting*. (s. 10-13)

Human Rights Watch (2015). *Work Faster or Get Out: Labor Rights Abuses in Cambodia's Garment Industry*

Organized Crime and Corruption Reporting Project (2015). *Offshores Close to President Paid Nothing for State Share of Telecom*

Hållbarhetsredovisningar

Hennes & Mauritz. (2014). *Conscious Actions Sustainability Report 2014*

Hennes & Mauritz. (2015). *Conscious Actions Sustainability Report 2015*

TeliaSonera (2010). *Corporate Sustainability Report 2010*

TeliaSonera (2015). *2015 Annual + Sustainability Report*

Vattenfall (2015). *Annual and Sustainability Report*

Facklitteratur

Andriof, J. (2001). *Introduction*

i McIntosh, M. (red.). *Perspectives on Corporate Citizenship*. Sheffield: Greenleaf

Andriof, J., Husted, B., Waddock, S. (2002). *Unfolding Stakeholder Thinking*. (s. 9-16). Sheffield: Greenleaf

Brown, H. S., de Jong, M., Levy, D. L. (2009). Building institutions based on information disclosure: lessons from GRI's sustainability reporting. *Journal of Cleaner Production*, 17(6)

Crane, A., Matten, D., Moon, J. (2008). *The Emergence of Corporate Citizenship: Historical Development and Alternative Perspectives*

i Scherer, A. G., Palazzo, G. (red.). *Handbook of Research on Global Citizenship*. Cheltenham: Elgar

Deegan, C. (2009). *Financial Accounting Theory*. (s. 323-355). North Ryde, New South Wales: McGraw-Hill

Denscombe, M. (2009). *Forskningshandboken: för småskaliga forskningsprojekt inom samhällsvetenskaperna*. (s. 62-63, 7-9). Lund: Studentlitteratur

Donaldson, T., Preston, L. E. (1995). The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence and Implications. *The Academy of Management Review*, Vol. 20, No.1

Elkington, J. (1997). *Cannibals With Forks*. (s. 69-94). Oxford: Capstone

Elkington, J. (2004). *Enter the Triple Bottom Line*
i Henriques, A., Richardson, J (red.). *The Triple Bottom Line: does it all add up?*. London: Earthscan

Freeman, R. E. (2001). Stakeholder Theory of the Modern Corporation. *Perspectives in Business Ethics*, No. 3:144

Friedman, M. (2002, första tryck 1962). *Capitalism and Freedom: Fortieth Anniversary Edition* (s. 133). Chicago: University of Chicago Press

Given, L. M. (2008). *The SAGE Encyclopedia of Qualitative Research Methods*. (s. 230). Thousand Oaks, California: SAGE

Googins, S. A., Mirvis, P. H., Rochlin S. A. (2007). *Beyond Good Company: Next Generation Corporate Citizenship*. (s. 75). Basingstoke: Palgrave Macmillan

Owen, D. L., O'Dwyer, B. (2008). *Corporate Social Responsibility: The Reporting and Assurance Dimension*

i Crane, A. (red.) *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*. Oxford: Oxford University Press

Ritz, D. (2007). *Can Corporate Personhood Be Socially Responsible*

i May, S. K. *The Debate Over Corporate Social Responsibility*. New York: Oxford University Press

Schaltegger, S., Bennet, M., Burritt, R. (red.) (2006). *Sustainability Accounting and Reporting*. (s. 1-33). Dordrecht: Springer

Summerhays, K., de Villiers, C. (2012). Oil company annual report disclosure responses to the 2010 Gulf of Mexico oil spill. *Journal of the Asia-Pacific Centre for Environmental Accountability*, Vol. 18, No. 2.

Taticchi, P. (2013). *Sustainability Measurement and Reporting: Impacts on Finance, Stakeholder Communication and Internal Measurement*

i Albino, V., Carbone, P., Taticchi, P. (red.). *Corporate Sustainability*. Berlin/Heidelberg: Springer

Tilling, M. V. (2004). Refinements to Legitimacy Theory in Social and Environmental Accounting. *Commercial Research Paper Series*, No. 04-6

Övriga källor

Brundtlandrapporten (1987). *Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future*” (del IV:1)

Darden School of Business at the University of Virginia (2009). *Stakeholder Theory*. [Videofil]

Hämtad den 20 maj 2016:

www.youtube.com/watch?v=Ih5IBe1cnQw

EPA (2016) *Learn About the Greenhouse Gas Reporting Program (GHGRP)*. Hämtad 20 maj 2016:

<https://www.epa.gov/ghgreporting/learn-about-greenhouse-gas-reporting-program-ghgrp>

Global Reporting Initiative (2014). *G4 Sustainability Reporting Guidelines*

Konkurrensverket (2016) *Missbruk av dominerande ställning*. Hämtad 20 maj 2016:

www.konkurrensverket.se/konkurrens/om-konkurrensreglerna/missbruk-av-dominerande-stallning

KPMG (2013). *The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2013*