



LUNDS
UNIVERSITET

Ekonomihögskolan

Företagsekonomiska institutionen

FEKH69 – Examensarbete kandidatnivå i redovisning

HT 2019

Klädindustrins hållbara utveckling

En studie om den svenska klädindustrins hållbarhetsrapportering

Författare

Larisa Dedic
Tamara Djordjevic
Viktoria Kallin

Handledare

Rolf Larsson

Förord

Stort tack till vår handledare Rolf Larsson som har stöttat och väglett oss i uppsatsen. Din hjälp under denna tid har varit betydande för oss.

Larisa Dedic

Tamara Djordjevic

Viktorija Kallin

Sammanfattning

Titel En studie av den svenska klädindustrins hållbarhetsrapportering

Seminariedatum 17 januari 2020

Ämne/kurs FEKH69, Examensarbete kandidatnivå i redovisning, 15 högskolepoäng

Författare Larisa Dedic, Tamara Djordjevic & Viktoria Kallin

Handledare Rolf Larsson

Nyckelord Hållbarhetsrapportering, CONI-modellen, klädindustrin, CSR, legitimitetsteorin

Syfte Syftet är att undersöka på vilket sätt hållbarhetsrapporteringen har utvecklats av det förändrade lagkravet inom den svenska klädindustrin. Följaktligen undersöka på vilket sätt hållbarhetsrapporteringen kan förbättras och vilka brister som kvarstår.

Metod Metoden grundades i en kvalitativ och kvantitativ undersökning genom en innehållsanalys. Innehållsanalysen hade utgångspunkt i CONI-modellen som är specifikt konstruerad för kodning av hållbarhetsrapporter. Kodningen genomfördes genom att data delades in i 4 kategorier som definierar hållbarhetsrapportering och där sökord för respektive kategori togs fram. Valet av sökorden baserades på en överblick av de valda hållbarhetsrapporterna, institutionalia samt vetenskapliga artiklar som berör hur de olika kategorierna presenteras i rapporterna. Datan sammanställdes slutligen i diagram i Excel.

Teoretiska perspektiv De teoretiska perspektiven utgick från legitimitetsteorin, intressentmodellen samt tidigare forskning. Legitimitetsteorin behandlar hur en organisation framstår som legitim samtidigt som intressentmodellen berör vilken inverkan de utomstående har.

Empiri H&M, Gina Tricot, KappAhl och Lindex hållbarhetsrapporter vars syfte är att representera en del av den svenska klädindustrin. Diagram presenteras där skillnader inom 4 kategorier av hållbarhetsrapporterna redovisas före och efter ändringarna i ÅRL.

Slutsats Resultatet visar att H&M, Gina Tricot, KappAhl och Lindex visar förståelse för hållbarhetsrapporteringens utveckling. Miljöaspekten är den aspekt som främst nämns i företagens hållbarhetsrapporter och som läggs störst vikt vid i arbetet för ett hållbart företagande. En förbättring av de underminerade kategorierna bör tas i beaktning för framtida hållbarhetsrapportering i samtliga undersökta företag.

Abstract

Title A study of the Swedish clothing-industries sustainability reporting

Seminar date January 17th, 2020

Course FEKH69, Business administration degree project, undergraduate level, 15 ECTS.

Authors Larisa Dedic, Tamara Djordjevic & Viktoria Kallin

Supervisor Rolf Larsson

Keywords Sustainability reporting, CONI-model, Clothing-industry, CSR, Legitimacy theory

Purpose The aim is to examine how sustainability reporting has been developed by the changed legal requirement in Swedish clothing-industry. Consequently, examine how sustainability reporting can be improved and what deficiencies remain.

Methodology The method was based on a qualitative and quantitative study through a content analysis, which is based on the CONI-model, that is specified constructed to sustainability reports. The coding was performed by dividing the data into 4 categories defining sustainability reporting, where keywords of each category was generated afterwards. The data was eventually compiled in graphs in Excel.

Theoretical perspectives The theoretical perspectives are based on the legitimacy theory, stakeholder theory and previous research. The legitimacy theory deals with how an organization appears to be legitimate while the stakeholder model mention the impact of other stakeholders.

Empirical foundation H&M, Gina Tricot, KappAhl and Lindex sustainability reports which represents a part of the Swedish clothing-industry. The charts present the differences in the four categories of sustainability reports before and after the legal requirements.

Conclusion The conclusion shows that H&M, Gina Tricot, KappAhl and Lindex shows comprehension in sustainability reporting and its process. The environmental aspect is more frequent in the reports and attach great importance to in the work for a sustainable business. An improvement of the undermined categories should be taken into account for future sustainability reporting companies surveyed.

Innehållsförteckning

1. Inledning	8
1.1 Tillkomsten av hållbarhetsutveckling.....	8
1.2 Hållbarhetsrapporteringens förändring	9
1.3 Syfte	12
2. Institutionalialia	13
2.1 Miljöbalken (1998:808)	13
2.2 EU:s redovisningsdirektiv.....	13
2.3 EU-stadga om grundläggande rättigheter	14
2.4 Årsredovisningslagen (1995:1554).....	14
2.5 Brottsbalken (1962:700)	15
3. Teoretisk referensram	16
3.1 Legitimitetsteorin	16
3.2 Intressentmodellen	18
3.3 Tidigare forskning.....	20
3.4 Sammanfattning	22
4. Metod	24
4.1 Metoddiskussion	24
4.2 Val av bransch och företag.....	25
4.3 Val av årtal i rapporter	26
4.4 Litteraturgenomgång.....	27
4.5 Operationalisering & tillvägagångssätt.....	28
4.5.1 Steg 1 - Förberedelse för kodning	28
4.5.1.2 Kodschema & ordval.....	29
4.5.1.3 Miljö	30
4.5.1.4 Sociala förhållanden och personalfrågor	31
4.5.1.5 Mänskliga rättigheter.....	32
4.5.1.6 Antikorruption	33
4.5.2 Steg 2 - kodning av informationsinnehåll genom nivåer	34
4.5.3 Steg 3 - Mätning av volym.....	36
4.6 Trovärdighet.....	36
4.6.1. Reliabilitet.....	36
4.6.2 Validitet	37
4.7 Tillförlitlighet.....	37
4.8 Metodreflektion.....	38
5. Resultat	40
5.1 Hennes & Mauritz (H&M)	40
5.1.1 Resultat av kodning.....	40

5.1.1.1 Antal ord.....	40
5.1.1.2 CONI-modellens nivåer.....	41
5.1.1.3 Miljö	41
5.1.1.4 Sociala förhållanden och personalfrågor	42
5.1.1.5 Mänskliga rättigheter.....	42
5.1.1.6 Antikorrruption	42
5.2 Gina Tricot	43
5.2.1 Resultat av kodning.....	43
5.2.1.1 Antal ord.....	43
5.2.1.2 CONI-modellens nivåer.....	44
5.2.1.3 Miljö	44
5.2.1.4 Sociala förhållanden och personalfrågor	45
5.2.1.5 Mänskliga rättigheter.....	45
5.2.1.6 Antikorrruption	45
5.3 KappAhl.....	46
5.3.1 Resultat från kodning	46
5.3.1.1 Antal ord.....	46
5.3.1.2 CONI-modellens nivåer.....	47
5.3.1.3 Miljö	47
5.3.1.4 Sociala förhållanden och personalfrågor	47
5.3.1.5 Mänskliga rättigheter.....	48
5.3.1.6 Antikorrruption	48
5.4 Lindex	49
5.4.1 Resultat av kodning.....	49
5.4.1.1 Antal ord.....	49
5.4.1.2 CONI-modellens nivåer.....	50
5.4.1.3 Miljö	50
5.4.1.4 Sociala förhållanden och personalfrågor	51
5.4.1.5 Mänskliga rättigheter.....	51
5.4.1.6 Antikorrruption	51
5.5 Totalresultat i klädindustrin	52
6. Analys	54
6.1 Miljö.....	54
6.2 Sociala förhållande och personalfrågor.....	55
6.3 Mänskliga rättigheter	56
6.4 Antikorrruption.....	57
6.5 Klädindustrins påverkan av förändringen i ÅRL 2017.....	58
7. Diskussion.....	61
7.1 Slutsats	61
7.2 Bidrag.....	62
7.3 Vidare forskning	63
Referenslista	65
Bilagor.....	73
Bilaga 1	73

Bilaga 2	74
Excelblad 1	74
Bilaga 3	75
Excelblad 2	75

1. Inledning

1.1 Tillkomsten av hållbarhetsutveckling

Under 1960-talet tog Sverige initiativ till den första internationella miljökonferensen i FNs, Förenta Nationernas, regi. Det uppkom till följd av stor oro för förorening av jordens resurser och dess framtid. Stockholmskonferensen hölls 1972 där vikten av miljöfrågor för första gången uppmärksammades. Det var dock inte förrän 1981 som begreppet hållbar utveckling introducerades av Lester Brown. År 1987 lanserades begreppet hållbar utveckling av världskommissionen för miljö och utveckling, även kallat Brundtlandkommissionen. Definitionen av begreppet hållbar utveckling lyder; *”En hållbar utveckling är en utveckling som tillfredsställer dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillfredsställa sina behov”* (Andrews & Granath, 2016, s.1). FN har sedan Brundtlandkommissionen skapat åtgärder och projekt för att bevara och värna om jordens resurser. Till följd av uppmärksamheten implementerades handlingsprogrammet *Agenda 21* som antogs vid Riokonferensen 1992. Projektet innehöll riktlinjer, vägledning och mål för att upprätthålla en hållbar utveckling (Andrews & Granath, 2012).

Under senare tid uppkom ett nytt projekt, *Agenda 2030* som innehåller de globala målen. De fyra primära målen som förväntas uppfyllas är att; avskaffa extrem fattigdom, minska ojämlikheter och orättvisor, främja fred och rättvisa samt lösa klimatkrisen (Globala målen, u.å.). *Agenda 2030* används för att skapa hållbar utveckling i världen. Begreppet hållbar utveckling delas in i tre dimensioner; social, ekonomisk och ekologisk. Målsättningen är att de 17 globala målen förväntas vara uppfyllda år 2030. De 17 målen består bland annat av hållbar konsumtion och produktion samt bekämpning av klimatförändringar och hungersnöd. De 17 målen vars syfte är att förmå världen att uppfylla de fyra stora målen i *Agenda 2030* (Globala målen, u.å.)

Utöver världens förändring av beteende kring hållbarhet har även företag och organisationer förändrat arbetet kring hållbar utveckling och den aktuella klimatfrågan. Hållbar utveckling som hanteras av företag benämns som CSR, Corporate Social Responsibility. Företaget ska frivilligt ta ansvar för sociala och miljömässiga frågor i verksamheten. Socialt och miljömässigt ansvar ska ligga till grund för att bidra till hållbar utveckling (Borglund et al, 2012). I svenska

företag har ansvarstagandet för CSR ökat. Företagen och dess intressenter väcker större intresse för den hållbara utvecklingen (SFS 1998:808).

Sedan den ökade betydelsen av CSR och hållbar utveckling har flertalet svenska företag utformat hållbarhetsrapporter. År 2016 beslutade riksdagen att framställande av hållbarhetsrapporter vara lagstiftad istället för frivillig. Beslutet grundades i EU-direktivet från 2014 (2014/95/EU) vars syfte är att redovisningen av hållbarhetsarbete ska främja transparens och jämförbarhet för intressenterna, samt att företagen ska inse riskerna i verksamheten. I årsredovisningslagen, 6 kap. 10-14§§ (SFS 1995:1554) redovisas att upprättandet av hållbarhetsrapporter berör företag där antalet anställda är fler än 250, balansomsättningen är större än 175 miljoner kronor och nettoomsättningen överstiger 350 miljoner kronor. Företagen ska ha uppfyllt minst två av kriterierna under två år. Utöver kraven ska hållbarhetsrapporten bestå av upplysningar om arbete kring miljö, sociala förhållanden och personalfrågor, mänskliga rättigheter samt antikorrupcion (SFS 1995:1554).

1.2 Hållbarhetsrapporteringens förändring

Före lagen om hållbarhetsrapportering blev tvingande, gav somliga företag ändå ut hållbarhetsrapporter. Hållbarhetsrapporteringen fungerade som strategi för CSR-arbete och som strategi för att vinna konkurrensfördelar genom att framstå som ett medvetet företag. Investerare som kan anses fördelaktiga dras till företaget och väljer att investera och bidrar till en bättre företagsprestation på marknaden. Stor vikt läggs därför på hur företagen kommunicerar samt definierar vad hållbarhet betyder för dem (Deloitte, u.å.). I den vetenskapliga artikeln "Sustainability Reporting and Assurance: A Historical Analysis On A World-Wide Phenomenon" belyser Junior, Best och Cotter (2014) hur hållbarhetsrapportering används som ett verktyg för att skapa legitimitet för intressenter vid miljö- och sociala frågor. Genom att rapportera om hållbarhetsarbete skapas transparens mellan intressenter och företag. Beroende på hur hållbarhetsrapporter redovisas kan det påverka intressenters beslut, när det kommer till ekonomiska- och miljörelaterade frågor (Junior, Best & Cotter, 2014).

Däremot förekommer det en trend där allt fler företag publicerar hållbarhetsrapporter med bristande kvalitet (Junior, Best & Cotter, 2014; PwC, 2018; KPMG, 2019). I KPMG:s (2019) studie av 124 slumpmässigt valda företag där samtliga redovisade riskhantering kring miljö,

sociala förhållande och personalfrågor. Däremot uteslöt fler än 10% av företagen kategorierna mänskliga rättigheter och antikorrup­tion. Genom att utesluta kategorierna framstår det som att somliga företag inte arbetar med mänskliga rättigheter eller antikorrup­tion, trots att det är lagstiftade. Samtidigt belyser lagen att det är tillåtet att inte behöva redovisa alla aspekter men att avstegen ska vara välmotiverade (KPMG, 2019). Uteslutande av frågorna kan påverka intressenternas bild av hållbarhetsarbetet och företagens framtida utveckling. För företagen kan de innebära att inte inser riskerna som verksamheten bidrar till i samhället, och hur de kan åtgärdas (PwC, 2016).

För att en hållbarhetsrapport ska uppnå särskild kvalitet, krävs det relevans och trovärdighet. Flertalet hållbarhetsrapporter brister vad det gäller trovärdighet, eftersom de inte finns någon försäkran om att revisionen av rapporterna utförts av auktoriserade revisorer. Följaktligen försvagar det legitimiteten för företagens åtgärdsprogram inom CSR (Junior, Best & Cotter, 2014). Forskare inom hållbarhetsrapportering, har uppmärksammat en trend där företag utesluter att redovisa negativa aspekter av verksamheten i de finansiella rapporterna. För att en hållbarhetsrapport ska ha kredibilitet och transparens krävs det att företag redovisar alla prestationer - positiva och negativa, vilket ger en relevant och balanserad bild av prestationer inom hållbarhet (Maroun, 2018). Företagen saknar en transparent process vid framställandet av hållbarhetsrapporteringen där även intressenterna inkluderas (Junior, Best & Cotter, 2014).

Uteslutande av vissa kategorier i hållbarhetsrapporterna kan förklaras av vilka termer som används. Företag är försiktiga med vilka CSR-termer som används i rapporterna för att inte ge intressenterna falska förhoppningar och för att vara realistiska i hållbarhetsarbetet. Denna typ av självzensur betecknas som *moral muteness* inom forskningen och kan göra mer skada än nytta för företagens legitimitet (Baden & Harwood, 2013). Baden och Harwood (2013) påvisar att hållbarhetsrapporter som till största del bygger på siffror avhumaniserar de drabbade och försvagar företagens legitimitet. Det förekommer en trend där företag använder sig av komplicerat affärsspråk och beräkningar i de områden som de underpresterar i. Problemområdet innefattar ett begränsat utbud av information kring bristerna i hållbarhetsrapporteringens effekter inom klädbranschen (Baden & Harwood, 2013).

I artikeln "Introducing the Sustainability Challenge of Textiles and Clothing" av Boström och Micheletti (2016), förklarar författarna att företag inte har samma kontroll över

produktionskedjan som förut. Det kan innebära att medföljande problem inte identifieras, som exempelvis korruption i verksamheten på grund av bristande transparens mellan intressenter och företag (Boström & Micheletti, 2016). Det finns en internt bristande transparens i varukedjan mellan olika led, vilket inte uppmärksammas av företagen. Flera aktörer och intressenter i varukedjan är inte medvetna om företagens hållbarhetsrapporter, dess innebörd och åtgärder. Den bristande transparensen kan leda till ifrågasättande om åtgärderna i hållbarhetsrapporten är uppfyllda eller om det endast verkar för att upprätthålla företagets image (Boström & Micheletti, 2016).

Studiens syfte är att bidra till identifikation av brister och motiv inom klädindustrin, vad gäller hållbarhetsrapportering. Klädindustrin har sedan länge präglats av skandaler som har inneburit brott mot mänskliga rättigheter, specifikt barnarbete i outsourcade produktionsanläggningar och rätten till lön (Sinclair, 2018). De valda företagen i denna studie är H&M, Gina Tricot, KappAhl och Lindex, vilka har outsourcing till omvärlden. I Sverige har utvecklingen av hållbarhet kommit längre än vad det har i andra länder runt om i världen. Problemet som uppstår är att de länder som företagen väljer att outsourca till inte har en likadan syn på hållbar utveckling. Svenska Dagbladet rapporterade i november 2018 ett avslöjande om hur textiltillverkare till H&M och Lindex kränker arbetarnas rätt till lön samt förekommande av mutor hos leverantörerna (Sinclair, 2018). I en intervju av Dagens industri med H&M:s hållbarhetschef, Anna Gedda, förklaras företagets förbättring i de bristande områdena. Främst har åtgärdsprogram utvecklats. Gedda (2019) hävdar att problemen förstoras upp av granskande intressenter.

Lagen om hållbarhetsrapportering lagstodgades och infördes 2016 och har endast funnits i drygt tre år (SFS 2019:286). En tydlig tolkning av lagen kräver tid då den kan tolkas på olika sätt beroende på bransch och verksamhet. Det medför att företag har möjlighet att välja vilken del av hållbarhet som ska redovisas, beroende på graden av relevans. Däremot krävs motivation för avsaknaden av de uteslutande kategorierna (PwC, 2018). Detta leder till följande frågeställning:

- *Hur har klädföretagen, H&M, Gina Tricot, Lindex & KappAhl, förändrat sin hållbarhetsrapportering efter införandet av kravet i årsredovisningslagen?*

1.3 Syfte

Syftet är att undersöka på vilket sätt hållbarhetsrapporteringen har utvecklats av det förändrade lagkravet inom den svenska klädindustrin. Följaktligen undersöka på vilket sätt hållbarhetsrapporteringen kan förbättras och vilka brister som kvarstår.

2. Institutionalialia

2.1 Miljöbalken (1998:808)

I 1 kap. 1-2§§ i Miljöbalken (MB) (SFS 1998:808) nämns att syftet med lagen är att främja hållbar utvecklingen, vilket handlar om att tillgodose och tillhandahålla resurser till kommande generationer i framtiden. MB (SFS 1998:808) tillämpas för att bevara och skydda människans och djurens hälsa från föroreningar, skydda naturen och kulturmiljöer. Den biologiska mångfalden ska skyddas, resurser ska användas långsiktigt och återvinning ska främjas (SFS 1998:808). I 2 kap. 4§ (SFS 1998:808) nämns att verksamheter som är benägna att förorena miljön ska utbildas om att skydda människan och miljön från skadorna som tillkommer. Skyddsåtgärder och åtgärdsprogram ska tas fram i förebyggande syfte. Alla verksamheter ska se till att hushålla med råvaror och energi samt minska och återvinna avfall (SFS 1998:808).

2.2 EU:s redovisningsdirektiv

I slutet av 2014 antogs ett direktiv om ändringar i EU:s redovisningsdirektiv gällande rapporteringen av icke-finansiell information och mångfaldspolicy. Förslaget som lämnades bestod av att alla stora företag, samt företag med allmänt intresse och moderföretag i stora koncerner ska upprätta hållbarhetsrapporter som inkluderar icke-finansiella upplysningar. Därefter föreslogs att vissa noterade bolag ska informera om den mångfaldspolicy som styrelsen tillämpar i rapporten för bolagsstyrning. Förslaget trädde i kraft den 1 juli 2016, däremot tillämpades lagen först vid det räkenskapsåret som inleds närmast efter den 31 december 2016, det vill säga 2017 (Ds 2014:45).

Det förekommer ett intresse hos allmänheten av att företag ska inkludera frågor om miljö, sociala förhållande, mänskliga rättigheter och antikorrupcion i verksamhetsstyrningen. Exempelvis uppmärksammas arbetsförhållande och barnarbete allt oftare. Corporate Social Responsibility, CSR, som är företagets samhällsansvar beaktas allt oftare i bolag (Ds 2014:45). Det finns en förväntan om att företag ska ta egna initiativ och utöver lagstiftning ta ansvar för sin samhällspåverkan. Utvecklingen som sker i Sverige har bidragit till att stora företag och majoriteten av statligt ägda företag nuförtiden rapporterar om deras påverkan på samhället. I Sverige och internationellt talas det om samhällspåverkan (Ds 2014:45).

2.3 EU-stadga om grundläggande rättigheter

EU-stadga om grundläggande rättigheter handlar i grunden om att respektera och främja gemensamma värden som människans värdighet, jämlikhet, frihet och solidaritet. Genom ett medlemskap i EU sätts människan i centrum där det skapas frihet, rättvisa och säkerhet (EU 2010/C 83/389).

I artikel 2 nämner stadgan rätten till ett liv samt förbud mot dödsstraff och avrättning i medlemsstaterna. I artikel 3, benämns människans rätt till integritet. Mer specifikt handlar artikeln om individens fysiska och psykiska hälsa inte ska kränkas i medicinska och biologiska syften. Individens kropp får heller inte användas till experiment eller utgöra en vinstkälla i en verksamhet (EU 2010/C 83/389).

Artikel 21 berör frågan om diskriminering. Enligt artikeln får det inte förekomma diskriminering på grund av etnicitet, sexuell läggning, funktionshinder, ålder eller politisk åskådning. Det finns en särskild betoning på att alla sorters diskriminering ska förbjudas, specifikt diskriminering som grundas på en individs nationalitet (EU 2010/C 83/389).

2.4 Årsredovisningslagen (1995:1554)

I 6 kap. 10-14§§ i ÅRL (SFS 1995:1554) benämns innebörden av hållbarhetsrapportering. Enligt lagen ska företagen lämna hållbarhetsupplysningar för att informera intressenterna om utveckling av resultat, ställning och konsekvenser det innebär för företaget inom de fyra områdena. De fyra områdena innefattar (SFS 1995:1554);

- Miljö
- Sociala förhållande och personalfrågor
- Respekt för de mänskliga rättigheterna
- Antikorrupption (motverkande av korrupption)

Lagkravet som kräver att företag ska hållbarhetsredovisa gäller för aktiebolag vars aktier är upptagna av handel på den reglerade marknaden och som uppfyller mer än ett av följande krav (SFS 1995:1554);

1. Medelantalet av anställda överstiger 250 stycken. Detta gäller inte för moderföretag som är dotterföretag där hållbarhetsrapporten ges ut av ett överordnat moderföretag för hela koncernen.
2. Balansomslutningen uppgår till mer än 175 miljoner svenska kronor under ett av de två räkenskapsåren. De verksamheter som inte upprättar en hållbarhetsrapport ska nämna detta i en not i årsredovisningen.
3. Nettoomsättningen uppgår till mer än 350 miljoner svenska kronor, förutsatt att det har uppgått till den summan under ett av de senaste två räkenskapsåren.

Om hållbarhetsrapporten inte ingår i årsredovisningen ska detta framgå i förvaltningsberättelsen. Företaget kan offentliggöra hållbarhetsrapporten genom sin hemsida, detta ska tydliggöras i förvaltningsberättelsen med hänvisning till där hållbarhetsrapporten är tillgänglig. Ytterligare ska rapporten publiceras inom sex månader efter balansdagen (SFS 1995:1554).

2.5 Brottsbalken (1962:700)

I 2 kap. 5a § p.5 definieras korruption som ett brott, vilket utgår ifrån EU-konventionen om kampen mot korruption mellan tjänstemän (SFS 1962:700). Korruption innebär att förbättra sin position genom missbruk av offentlig makt för egen vinning. Vidare i 1 kap. 2§ nämns det att svenska näringsverksamheter som är placerade utomlands döms enligt svensk lag vid mutbrott. I 10 kap. 5a-e§§ (SFS 1962:700) behandlas mutbrott samt vilket straff det kan leda till. Godtagande av muta av arbetstagare kan leda till böter och fängelsestraff i två år. Det finns också grovt mutbrott, vilket innebär att den anställde missbrukar sitt ansvar systematiskt. Straffet för grovt mutbrott kan leda till högst 6 års fängelsestraff (SFS 1962:700).

3. Teoretisk referensram

3.1 Legitimitetsteorin

Allen (2016) definierar legitimitet som en generell uppfattning eller som ett antagande där handlingar av en enhet är önskvärda samt korrekta inom ramarna av socialt konstruerade system för normer, värderingar och övertygelser. Deegan (2014) förklarar legitimitet som ett konstant arbete i organisationer, om att uppfattas på ett korrekt och önskvärt sätt, i förhållande till gränser, normer och värderingar till samhället. Gränser och normer förändras med tiden och därför förväntas organisationer vara ansvariga för den etiska och moraliska miljön som de arbetar i. Organisationer som strävar efter att uppfattas som legitima behöver inte endast visa det genom agerande. Det kan exempelvis vara genom vad samhället vet eller uppfattar i organisationens uppförande och som därav bidrar till utformandet av organisationens legitimitet. Den information som når intressenterna och samhället har en avgörande roll för att fastställa organisationens legitimitet (Deegan, 2014).

Legitimitet anses vara en resurs som organisationen är beroende av för dess överlevnad. Vidare menar Deegan (2014) att legitimitet är eftersträvat av organisationer och som samhället tilldelar organisationerna. Samtidigt skiljer sig denna resurs från andra, den kan påverkas och manipuleras med hjälp av informations- och upplysningsstrategier. Allen (2016) beskriver legitimitet som en kritisk resurs som förknippas med att förbättra ett rykte. Ryktet kan bidra till ökade fördelar och en minimering av risker. Ett rykte är en del av ett socialt utvärderingsbaserat minne som kopplas samman med hur en organisation ska agera. Det representerar organisationens attraktivitet. Organisationer bygger upp sitt rykte över tid i en dynamisk och långvarig process och kan bidra till att det blir svårhanterligt. Vidare menar Allen (2016) att ryktet associeras med intressenters tillit och lojalitet till organisationen.

Starkt positivt rykte fungerar som en försäkring, som delvis kan skydda mot kriser inom organisationen. I somliga organisationer ser ledningen ryktesförsäkringen som en primär fördel med hållbarhetsinitiativet. Således undviker organisationer kostsamma negativa granskningar om de agerar hänsynsfullt. Om något som anses negativt i samhället inträffar i organisationen, kan tidigare hållbarhetsinitiativ användas för att motverka avgifter för oetiskt beteende, som medför att marknadsvärdet kan upprätthållas (Allen, 2016).

Legitimitetsteorins utformning bygger på att det finns ett socialt kontrakt mellan organisation och samhälle. Det sociala kontraktets koncept används för att representera de underförstådda förväntningarna som samhället har på organisationens verksamhet (Deegan, 2014). Vidare menar Deegan (2014) att det sociala kontraktet är teoretiskt konstruerat, vilket innebär att en individ inte svart på vitt kan ha kunskap om hur samhället och organisationen arbetar. Som tidigare presenterats beskriver även De Villers och Warren (2018) det sociala kontraktet som organisationer som verkar enligt samhällets konventioner, regler och traditioner. I den utsträckning det finns en likformighet mellan mål, ideal, värderingar och normer organisatoriskt kan resultatet bidra till organisatorisk legitimitet (De Villers & Warren, 2018).

Allen (2016) beskriver problematiken kring legitimitetsteorin i form av att ett legitimitetsgap uppstår. Gap kan uppkomma när samhällets förväntningar inte uppfattas av organisationen. Deegan (2014) beskriver legitimitetsgapet som att organisationen har brist på korrespondens. Uppfattningen om hur samhället upplever att organisationen ska agera och hur det har agerat. Vidare beskrivs två generella anledningar till att det uppstår ett gap, de samhälleliga förväntningarna och när okänd information om organisationen blir känd (Deegan, 2014).

Anledningen till att förväntningarna inte uppfylls och gapet uppstår, kan exempelvis vara en konsekvens av att organisationen inte kan eller vill uppfylla samhällets förväntningar. Vidare skriver Allen (2016) att i de fall där organisationer kan hantera legitimitetsgapet, går det att upprätthålla en maximal diskretionär kontroll över internt beslutsfattande och den externa praxisen. I somliga fall avviker organisationer från samhällets förväntningar utan att lida av förlusten av legitimitet, om deras handlingar går obemärkt vidare eller i de fall då det inte finns något offentligt missnöje. Att inte ta hänsyn till förväntningarna är en risk (Allen, 2016).

Det samhälleliga förväntningarna på företagets beteende har förändrats genom tidens gång. Inledningsvis var vinstmaximeringen av aktieägarvinster det primära värdet för företag, men under senare tid då lagar stiftats skiftar förväntningarna från samhället (Allen, 2016). Enligt Deegan (2014) måste organisationen anpassa sig efter samhällets förändringar och förväntningar med tiden. Det medför att organisationer ska motsvara samhällets förväntningar om prestationsförändringar blir aktuella.

De Villers och Warren (2018) tar upp förhållandet mellan hållbarhetsrapportering och legitimitetsteorin. Organisationer utger information årligen i hållbarhetsrapporter till viktiga intressenter, där information om socialt arbete, miljöarbete eller förvaltning presenteras. Fördelarna organisatoriskt blir utlämnandet som inkluderar anpassning till samhällets värderingar, utvikande av kritik som är en följd av negativt agerande och samtidigt uppbyggnad av sitt rykte (De Villers & Warren, 2018).

3.2 Intressentmodellen

Intressentmodellen belyser olika aktörers inflytande på företagets verksamhet. Olika aktörer har olika intressen eller krav som ställs på företaget, vilket ska ta hänsyn till (Deegan & Unerman, 2011). En anledning till att företag tar hänsyn till intressenterna är när problem som företag stöter på i verksamheten inte kan lösas av företaget självt. Istället måste hjälp tas från intressenterna som kan förse företagen med behövande medel. Vissa mål är ouppnåeliga utan intressenternas synpunkter eller hjälp (Savage et al, 2010). Intressentmodellen belyser vidare relationen till olika intressenter samt deras relationen till företaget. Relationerna kan grunda sig i de etiska eller positiva perspektiven (Deegan & Unerman, 2011).

Det etiska perspektivet av intressentmodellen innebär att alla intressenter har rätt att bli rättvist behandlade av företaget. Teorin beskriver att intressenters krav baseras på hur de påverkas av företagets verksamhet, därmed ska alla intressenter behandlas rättvist. Alla intressenter har medfödda rättigheter som exempelvis rätten till bra arbetsförhållande. Rättigheter får inte kränkas, företaget ska respektera och bidra till att rättigheter upprätthålls gentemot intressenterna (Deegan & Unerman, 2011). Alla blir intressenter och på så sätt kan företaget inte undgå att prioritera vissa intressenter framför andra. Därav delas intressenterna upp som primära och sekundära. Primära intressenter är de intressenter som är viktiga för att ett företag ska få verksamheten att fortleva och måste prioriteras då framgång är beroende av dem (Deegan & Unerman, 2011). För företaget innebär denna typ av tillfredsställelse ett gynnsamt förhållande där risken minimeras att förlora en intressent som resultatet av att tillfredsställa en annan (Savage et al, 2010). De sekundära intressenterna är de intressenter som påverkas av företagets transaktioner men där inga direkta transaktioner sker emellan. De sekundära intressenterna är inte heller essentiella för företagets överlevnad, däremot kan de vara intressenterna som ställer flest krav (Deegan & Unerman, 2011).

Det andra perspektivet av intressentmodellen är det positiva. Perspektivet belyser att vissa intressenter prioriteras i större utsträckning än andra, vilket leder till att företag styr verksamheten efter dess önskemål. En organisation har inte möjlighet att tillfredsställa alla intressenter som i det etiska perspektivet, utan kommer att tillfredsställa de intressenter som har viss makt att påverka företagets verksamhet. Samtidigt har intressenter makt över resurser, media, lagstiftning eller konsumenter som företaget vill åt då en lyckad verksamhet är beroende av dessa faktorer (Deegan & Unerman, 2011). Det medför att företaget är villiga att ändra beteende, struktur och till och med intressenternas åsikter om dem för att tillfredsställa dem. I denna situation bör även företaget ställa krav på intressenter för att uppnå en ömsesidig relation (Savage et al, 2010).

Freeman (2010) belyser vilken typ av makt de olika intressenterna har som kan påverka företagets beslut. Det finns ekonomisk, politisk och röstande makt. Intressenter med ekonomisk makt som exempelvis leverantörer och konsumenter har förmågan att påverka företaget genom investeringar, samt förse med resurser eller direkt handel. Intressenter med politisk makt påverkar företaget genom lagstiftningar, införande av policy eller andra regleringar. Denna typ av intressenter brukar vara staten, kommunen och övriga politiska organ. Intressenter som har röstande makt brukar vara ägare eller delägare (Freeman, 2010). Freeman (2010) menar därför att relationen till intressenterna är värdefull vid formandet av verksamheten. Ett företags visioner ska egentligen spegla intressenternas önskemål för att uppnå full framgång (Freeman, 2010).

Alla intressenter har rättighet till information från företaget. Informationen ska tala om hur verksamheten påverkar dem. Oavsett om intressenterna väljer att använda informationen till nytta eller inte, har de rätt till att ta del av den. Informationen brukar främst framställas i form av finansiella rapporter som årsredovisningar eller hållbarhetsrapporter. Den ska tala om till vilken grad organisationen uppfyller samhällets krav som ställs av intressenterna (Deegan & Unerman, 2011). Paralleller kan dras till *accountability model* som vidare handlar om graden av ansvar ett företag ska ta sig an. Första graden handlar om företags ansvar att agera eller inte. Den andra graden av ansvar handlar om förmedling av att företaget tagit ansvar. Det medför att redovisning blir ett ansvar från företaget istället för en efterfråga från intressenterna.

Hållbarhetsrapportering blir ett sätt för företaget att rapportera att de har tagit det ansvar som samhället ställer på dem - oavsett om samhället kräver det eller inte (Deegan & Unerman, 2011).

3.3 Tidigare forskning

Tidigare forskning inom hållbarhetsrapportering visar att problematiken ligger i legitimitetsskapandet åt intressenter. I artikeln "Sustainability Reporting and Assurance: A Historical Analysis on a World-Wide Phenomenon" av Junior, Best och Cotter (2014) förklarar hur hållbarhetsrapporter framtas i syfte att skapa legitimitet om ett företags arbete kring miljö och sociala frågor samt kommunikationen av dessa till intressenterna. Under det senaste årtiondet har allt fler organisationer gett ut hållbarhetsrapporter, vilket kan kopplas till att samhället börjar allt mer bli medvetna om problem inom miljö och sociala frågorna. Följaktligen är det ett tecken på att intressenterna ställer fler krav på företagen som de måste tillfredsställa. Om kraven inte uppfylls fallerar företagets legitimitet (Junior, Best & Cotter, 2014). Bara för att fler företag ger ut nya hållbarhetsrapporter innebär det inte att rapportens kvalitet inte har förbättrats. För att kvalitén samt legitimiteten ska förbättras föreslår Junior, Best & Cotter (2014) att företagen ska inkludera transparens i rapporterna. Transparens innebär öppenhet om verksamheten och information om deras leverantörer, produktion, råvaror och material. Öppenheten innebär att företag ska redovisa de negativa aspekterna som verksamheten utsätter samhället för och inte endast de positiva aspekterna. På så sätt förstärks legitimiteten samt blir intressenterna mer inkluderade i verksamheten och kan se att kraven uppfylls (Junior, Best & Cotter, 2014).

Som tidigare nämnt används hållbarhetsrapportering för att skapa legitimitet för intressenterna. Riberio Cunha och Mariano Moneva (2018) belyser också i deras studie att transparens och legitimitetsskapande är två av anledningarna till att företag upprätthåller rapporter. Företag försöker att reducera gapet mellan intressenternas krav och förutsättningarna av att uppfylla dem i den bransch som de befinner sig i. Riberio Cunha och Mariano Moneva (2018) menar för att företagen ska anses vara legitima i rapporteringen ska de anamma hållbarhet och de övriga frågorna i verksamheten. Det innebär att hållbarhetsfrågorna ska vara en del av kärnverksamheten i ett företag. Enligt Riberio Cunha och Mariano Moneva (2018) är det den högsta grad av legitimitet ett företag kan uppnå. Följaktligen ska det finnas en process där företagen ständigt internaliserar dessa frågor tillsammans med kraven från intressenterna. På

det sätt går det att avgöra om företaget anses vara legitimt (Riberio Cunha & Mariano Moneva, 2018).

Kaur och Lodhia (2018) belyser problematiken kring intressenterna. Från företagets sida handlar det om att företaget förutsätter vad intressenterna kräver utan att faktiskt lyssna på dem. Från intressenternas sida handlar det om bristande engagemang om att ställa krav på företaget. En följd av det blir att företag endast tar hänsyn till intressenter som är mest interaktiva och inte övriga intressenter (Kaur & Lodhia, 2018). Det ger upphov till den problematik där det blir svårt att identifiera och prioritera de olika intressenterna. För tillfället är de interna intressenterna, arbetare och leverantörer som prioriteras vid beslutstagande. Prioriteringen beror på beslutstagandet som sker inom företag är mer demokratiskt där alla inkluderas på en eller annan nivå, där åsikter kan framföras om vilka beslut som tas. Kaur och Lodhia (2018) menar på att denna typ av demokrati också ska finnas bland de externa intressenterna. De ska uppmuntras att engagera sig mer i företaget. Det skapar en medvetenhet hos intressenterna om hur viktigt miljö, sociala förhållande och personalfrågor, mänskliga rättigheter och antikorrupktion är, vilket kommer att uppmuntra dem till att ställa fler krav (Kaur & Lodhia, 2018; Emeseh & Songi, 2014; Hess, 2009).

En annan viktig faktor i inom hållbarhetsrapportering är hur rapporterna kommuniceras ut till intressenterna. I artikeln "Terminology Matters: A Critical Exploration Corporate Social Responsibility Terms" av Baden och Harwood (2013) tas det upp hur språk, termer och begrepp har en inverkan på den deskriptiva aspekten av hållbarhetsarbete. Företagen tenderar att använda terminologi som passar verksamheten. De kan använda eller missbruka terminologi för egen vinning. Företag som vidare använder siffror som beskrivning av arbetet i hållbarhetsrapporterna tenderar att avhumanisera de drabbade. Baden och Harwood (2013) specificerar terminologin som används bör utgå från det språk som intressenterna förstår och inte komplicerat affärsspråk med andra ord ett normativt språk. Baden och Harwoods (2013) undersökning visade att språket används som utfyllnad istället för att meddela problem och åtgärder i verksamheten.

Tidigare forskning inom hållbarhetsrapportering i klädbranschen tyder på att det finns ett legitimitetsgap mellan externa samt interna intressenter och företagen. Enligt Boström och Micheletti (2016) finns det ett gap bland klädföretagen och deras tillverkare med tanke på att

allt fler produktionsanläggningar outsourcas runt om i världen. Det innebär att företagen inte har lika god översyn av verksamheten och medarbetarna som innan. Dessutom är gapet längre mellan företagsledningen och deras interna intressenter såsom medarbetare och leverantörer. Följaktligen uppstår svårigheter att förstå intressenternas krav samtidigt som intressenterna har svårt att förstå företagens hållbarhetsrapporter. Utöver att få kraven uppfyllda, har de interna intressenterna i uppgift att se till att åtgärderna i hållbarhetsrapporterna blir förverkligade (Boström & Micheletti, 2016). Enligt Boström och Micheletti (2016) bör företagen förbättra transparens både internt och externt. Genom mer transparens i de olika produktionsleden kommer medarbetare förstå hållbarhetsrapporterna mycket bättre, samtidigt som konsumenterna får mer insyn på företagets verksamhet. Detta leder återigen, enligt Boström och Micheletti (2016), till ett legitimitetsskapande.

I slutändan handlar det om att företag förstärker sitt rykte genom legitimitetsskapande och tillfredställandet av intressenternas krav på sociala frågor och miljöfrågor, vilket kommuniceras genom hållbarhetsrapporter. I en studie från Matozza, Biscotti och Mafrolla (2019) visar att industrier som förorenar mest, däribland kläindustrin, förbättrar prestationen efter att ha upprätthållit hållbarhetsrapporter. Företagen tar större åtagande till hållbara arbete för att framstå som legitima i arbetet att tillgodose intressenternas krav. Dels för att det finns kännedom då intressenterna är nöjda och legitimitet är uppnådd, men delvis för att ryktet påverkas och som i sin tur har en inverkan på den finansiella aspekten av verksamheten. Det finns nämligen en lönsamhet i det långa loppet. Företag som upprätthåller hållbarhetsrapporter eller hållbarhetsarbete tenderar att prestera bättre finansiellt (Matozza, Biscotti & Mafrolla, 2019).

3.4 Sammanfattning

Legitimitetsteorin handlar om att organisationer ska uppfylla de förväntningar av normer, värderingar och övertygelser som samhället anser är rätt. Samhällets förväntningar tenderar att förändras över tid och kräver att företagen uppdateras om förväntningarna. Intressentmodellen fokuserar på aktörers inflytande i organisationers verksamhet. Aktörerna ställer krav som företagen ska ta hänsyn till.

Samtidigt strävar organisationer att bli legitima och arbetar med att agera och informera intressenter för att tjäna på legitimitet som bidrar till ett bättre rykte. Ryktet kan bidra till

minskade risker och ökade fördelar och representerar på så sätt organisationens attraktivitet. Det sociala kontraktet som presenteras i teorin används för att presentera det underförstådda förväntade agerandet från samhällets sida. Det sociala kontraktet kan ses som ett resultat över intressenternas förmåga att påverka resurser, media, lagstiftning eller konsumenter. Det medför ett krav och en önskan om att företagen vill ändra struktur, beteende och åsikt för att tillfredsställa intressenter. Konsekvensen är att ett legitimitetsgap uppstår, som blir en bidragande faktor på att förväntningar från intressenter inte uppfattas av företagen.

Missförståndet bidrar till att företagen inte uppfyller det sociala kravet.

Tidigare forskning visar på att hållbarhetsrapporterna tas fram i syfte att skapa legitimitet och tillfredsställa intressenternas krav. Medvetenhet bland intressenter har ökat kring frågor om hållbarhet. Samtidigt finns det ett gap mellan klädföretagen och deras tillverkare med på grund av att företagen har inte lika god översyn av produktion och medarbetare som en följd av outsourcing. Forskare föreslår att företagen ska inkludera hållbarhetsfrågorna i kärnverksamheten för att verka mer legitima samtidigt ta hänsyn till en bredare krets av intressenter och inte endast de mest högljudda.

4. Metod

4.1 Metoddiskussion

Kvantitativ forskning identifieras av siffror, teoriprövning, generalisering samt statistik. Forskningen fokuserade på att samla in numerisk data och utifrån den skapades jämförbar data. I studien bestod den kvantitativa delen av kodning av hållbarhetsrapporter. Kodningen tillämpades för att få fram data som vidare analyserades och framställdes i diagram av hur företagen hållbarhetsrapporterar. Kvalitativ forskning identifieras med ord, deltagarnas uppfattning samt rika och fylliga data. Genom att analysera redan befintlig data fokuserade den kvalitativa forskningen på att istället generera en djupare analys (Bryman & Bell, 2017). Den kvalitativa delen av studien innefattades av diskussion kring resultaten av kodningen. Uppsatsen genomfördes med delar av CONI-modellen som presenteras av Beck, Campbell och Shrives (2010). CONI-modellen står för Consolidated Narrative Interrogation och är en blandning av kvantitativ och kvalitativ metod för att undersöka hållbarhetsarbete (Beck et al, 2010).

Uppsatsen hade alternativt kunnat utföras utifrån enbart kvantitativ respektive kvalitativ metod. Genom att enbart använda kvantitativ metod hade uppsatsen fått en djupare statistisk analys. Däremot hade uppsatsen förlorat den kvalitativa delen av analysen och inte visat ett lika ingående resultat. En enbart kvantitativ metod hade varit mer komplicerad att utföra då undersökningen grundades på att jämföra hållbarhetsrapporterna över tid och i förhållande till varandra. Utan siffror och data eller tabeller hade företagens hållbarhetsrapporter inte varit jämförbara över tid. Det hade varit svårt att uppskatta till vilken grad det funnits skillnader i hållbarhetsrapporterna.

Hållbarhetsrapporterna från företagen låg till grund för uppsatsen samt den data som tillfördes med hjälp av kodningen. Alternativt hade uppsatsen bestått av intervjuer. Intervjuer är däremot subjektiva, det hade eventuellt påverkat och vinklat materialet samt skapat ett beroende av respondenten. Hållbarhetsrapporterna innehöll den information som krävdes för utförandet av undersökningen och uppnå syftet. Intervjuerna ansågs överflödiga, om informationen inte stod i hållbarhetsrapporterna kunde dem inte användas till undersökningen, då syftet specifikt var att jämföra hållbarhetsrapporteringen mellan de valda företagen. En alternativ metod till undersökning hade varit genom observationer, däremot hade detta alternativ krävt mer tid och

resurser. Observationerna hade varit svåra att genomföra med tanke på att de 4 företagens produktionsanläggningar ligger utanför Sverige. Observationer ansågs vara ouppnåeliga då det kan vara svårt att identifiera ett hållbarhetsarbete genom observationer.

Uppsatsen hade en deduktiv ansats. Det innebar att undersökningen baserades på teorier och/eller tidigare forskning. Beroende på hur utfallet av den empiriska undersökningen såg ut, accepterades eller förkastades det i förhållande till den teoretiska referensramen. Det kan därmed leda till en möjlig ny utformning av det teoretiska ramverket (Bryman & Bell, 2017). Uppsatsens utgångspunkt var att undersöka hur de valda svenska klädföretagen redovisar de olika aspekterna i hållbarhetsrapporter sedan lagen om hållbarhetsrapportering stadgades. Med hjälp av den teoretiska referensramen fördes en analys kring utfallet av empirin samt samspelet av vilka faktorer som har haft en inverkan på rapporteringen. Analysen utgick från att se om företagens incitament till hållbarhetsrapportering stämde överens med legitimitetsteorin, intressentmodellen och tidigare forskning. Uppsatsen blev vidare till viss del reproducerbar genom deduktiv ansats, eftersom att området ständigt forskas om. Därutöver förekom liknande uppsatser med likartade utfall som har använt identiska teorier som i denna uppsats. Detta var en underlättande faktor vid jämförelse av denna undersökningens utfall med tidigare andra undersökningars utfall, där det kunde urskiljas om det skett förändringar i hållbarhetsrapporteringen genom tiden. Detta var ännu ett tillvägagångssätt för att besvara frågeställningen (Bryman & Bell, 2017).

4.2 Val av bransch och företag

Undersökningen inriktades på den svenska kläindustrin och mer specifikt H&M, Gina Tricot, Lindex och KappAhl. Företagen väl igenkända på den svenska klädmarknaden och utgör en stor del av den svenska kläindustrin. Företagen är allmänt kända i Sverige med tanke på deras storlek, varumärke och härkomst. De valda företagen är grundade i Sverige och följer samma lagstiftning om hållbarhetsrapportering. Därav har endast svenska företag valts för att det ska kunna utföras en jämförelse. Om företagen varit ifrån olika länder hade jämförbarhet varit svårare att uppnå på grund av att det hade kunnat förekomma olika lagstiftningar. De fyra företagen har minst 250 stycken anställda och en nettoomsättning på minst 350 miljoner (H&M, 2015;2018, Lindex, 2015, Stockmann, 2018, Gina Tricot, 2015;2018, KappAhl, 2015;2018).

Två av kraven måste uppnås för att företagen ska vara tvungna att framställa hållbarhetsrapporter. Företagen är inte endast kända på den svenska marknaden utan även på en global nivå.

Konsumtionen i Sverige fortsätter öka och likaså ökar konsumtionen av kläder (Roos, 2018). Med anledning av detta ansågs det vara aktuellt att beakta klädbranschen och dess hållbarhetsrapporter. Det ansågs lämpligt att använda sig av klädbranschen, vilken är en riskfylld bransch där barnarbete och miljöförstöring förekommer (Globalportalen, 2017; Scherman, 2019).

4.3 Val av årtal i rapporter

För att undersöka om det fanns en förändring av företagens hållbarhetsrapportering efter införandet av hållbarhetsrapporteringslagen kom undersökningen att analysera åren 2015 och 2018. Undersökningen innehöll därmed en analys av hållbarhetsrapporter året innan lagen stadgades och året efter lagen trädde i kraft. En undersökning av ett större tidsspänn hade även varit möjlig att utföra om det inte varit lika resurskrävande. Studiens syfte var analysera hållbarhetsrapporternas påverkan vid tiden kring lagstiftningen av hållbarhetsrapportering 2016/2017 och därav valdes åren 2015 och 2018.

Vid kodning av Lindex hållbarhetsrapport 2018 inkluderades delar av Stockmanns hållbarhetsrapport på grund av att Lindex ingår i Stockmann-koncernen (Stockmann, 2018). År 2018 presenterade Lindex upp en kortare hållbarhetsrapport som endast innefattade 11 sidor text (Lindex, 2018). I Stockmanns hållbarhetsrapport 2018 inkluderades däremot även Lindex hållbarhetsarbete. Kodningen bestod av Lindex egen hållbarhetsrapport samt den del av Stockmanns hållbarhetsrapport som innefattade Lindex. Beslutet grundades för att framställa en rättvis kodning av Lindex. I Stockmanns hållbarhetsrapportering fanns specifika rubriker där det enbart talades om Lindex, vilket togs i beaktning i undersökningen.

4.4 Litteraturgenomgång

För att få väsentlig kunskap inom ämnet som undersökts, studerades tidigare forskning och uppsatser med liknande inriktning. Urvalet av artiklar, uppsatser och litteratur har avgränsats till närliggande årtal med tanke på att lagen nyligen stadgats. Det finns viss risk för bortfall av andra relevanta artiklar som är äldre. Eftersom studien gick ut på att studera åren 2015 och 2018 var det av större vikt att använda källor som var i närliggande år på grund av relevans och aktualitet (Bryman & Bell, 2017). Informationsinsamlingen gjordes i databaser såsom Lubcat, LUBsearch, Scopus och Google scholar. Sökorden som har använts: Hållbarhetsrapportering, fashion industry environmental impact, sustainability reporting fashion industry, stakeholder theory, sustainability clothing industry, legitimacy theory. För en mer preciserad sökning, användes citattecken på respektive valda sökord (Bryman & Bell, 2017). Exempelvis “stakeholder theory” för att specifikt få den information som direkt behandlade intressentmodellen.

För att artiklarna skulle tillämpas, valdes endast artiklar som var peer reviewed. Det innebär att artiklarna är granskade av andra forskare som godkänner att uppnår god akademisk kvalitet innan det publiceras i tidskrifter (Bryman & Bell, 2017). En annan strategi för att säkerställa att artiklarna var av god kvalitet samt tillförlitliga var genom databasen Scopus. I databasen är det möjligt att se antal gånger en författares artikel blivit citerad. Antal gånger en författare blivit citerad är en indikation på erkännandet och bidrar därmed till större tillförlitlighet (Bryman & Bell, 2017). Fysiskt tryckta källor som användes var Craig Deegan och Jeffrey Unermans bok *Financial Accounting Theory* samt Edward R. Freemans bok *Strategic Management - A Stakeholder Approach*. Källorna tillämpades främst i den teoretiska referensramen, då författarna är etablerade inom forskning i redovisning samt hur redovisning kopplas till intressentmodellen och legitimitetsteorin. De övriga författarna till artiklarna har fått sina verk publicerade i Academic Journal, Journal of Applied Accounting Research, British Accounting Review och Asian Studies Review. Tidningarna har gott rykte inom forskning, vilket ännu är en faktor till att källan är trovärdig (Bryman & Bell, 2017). Legitimitetsteorin och intressentmodellen är aktuella i uppsatsen är på grund av att hållbarhetsarbete vanligtvis kopplas till teorierna. Teorierna handlar om att uppfylla intressenters och samhällets förväntningar och krav på bolagens agerande, för att förbättra företagets rykte.

Tidigare studier och uppsatser har tagit upp ämnet hållbarhetsrapportering. Även skillnader om vad som framkommit i företagens rapporter har studerats. Ett mer aktuellt problem som har uppkommit inom forskningsområdet är brister i arbetet med hållbarhet både i rapporteringen och i utvecklingsprocessen. Ämnet är aktuellt, med tanke på alla debatter kring hållbarhetssynen och den långsiktiga utvecklingsprocessen. Källor från revisionsbyråerna KPMG och PwC har använts, med tanke på att de är professionella inom hållbarhetsrapportering. Värt att notera angående artiklarna är att de inte endast fokuserar på hållbarhetsrapportering, utan fördjupar sig i ämnen som rör de olika perspektiven. Exempelvis hur hållbarhetsrapporterna förhåller sig till legitimitetsteorin.

4.5 Operationalisering & tillvägagångssätt

Uppsatsen utfördes enligt CONI-modellen, consolidated narrative interrogation, för att utföra innehållsanalys av hållbarhetsrapporteringarna. Det unika med modellen är att innehållsanalysen utförs på en kvalitativ samt kvantitativ nivå. Den kvalitativa delen benämns av Beck, Campbell och Shrives (2010) som den förklarande delen. Samtidigt benämns den kvantitativa delen som den mekaniska. Syftet var att kombinera de båda sätten för att få ett nyanserat resultat, som tar upp fler perspektiv än endast exempelvis det kvantitativa. Den mekaniska delen användes i syfte att beräkna volymen av ord, fraser och sidor. Den förklarande delen tillämpades för en djupare insikt av innehållet och karaktären i form av förklaringar samt hur sökorden framställdes i rapporterna (Beck, Campbell & Shrives, 2010). Modellen presenteras enligt 3 steg.

4.5.1 Steg 1 - Förberedelse för kodning

CONI-modellen består av 12 kategorier som innefattar 48 underkategorier. Kategorierna samt underkategorierna innehöll ämnen och ord som var anpassade för innehållsanalysen av hållbarhetsredovisningarna (Beck, Campbell & Shrives, 2010). Kategorierna delades in i underkategorierna för att metoden ska ge en helhetsbild av relevans. Indelningen underlättade sökmetoden av de tillhörande orden i kategorierna (Beck, Campbell & Shrives, 2010).

I vår CONI-modell har 4 kategorier valts ut som följer lagstiftningen det vill säga; miljö, sociala förhållande & personalfrågor, mänskliga rättigheter och antikorrupktion. Modellen tillämpar utöver de 4 kategorierna, 18 sökord. Sökorden tillämpades till varje kategori och låg till grund

för resultatet av kodningen. Framställningen av sökordens relevans utvecklades genom att upprepas frekvent i rapporterna. För att skapa ett objektiva perspektiv sökte var och en upp ena ord som sedan sammanställdes till 18 gemensamma för de valda kategorierna.

Sökorden grundades i juridisk- samt facklitteratur för att precisera den operationella definitionen (Bryman & Bell, 2017). Därav framkom subjektivitet. Kodningen bidrog till problematik att uppnå fullständig objektivitet då sökorden var tvungna att väljas. Alternativt var att använda GRI glossary (Global Reporting, 2018). Fördelen att använda GRI glossary är att det bidrar till större objektivitet. Ordlistan för GRI ändras vartannat år och en årlig jämförelse hade därav inte varit möjlig att utforma.

4.5.1.2 Kodschema & ordval

Kategori	Språk	Sökord	Koppling till litteratur
Miljö	Engelska	Environ*, recycl*, water, pollut*/CO2/Carbon*, material*	Borglund et al, 2012 Business Sweden, u.å. Baden & Harwood, 2012 Cludio, 2007 Miljöbalken (1998:808)
Miljö	Svenska	Miljö*, återvinn*, vatten, föroren*/CO2/koldioxid, material*	Ibid
Sociala förhållanden & Personalfrågor	Engelska	Work*, divers*, gender, value*, wage*/pay*/salar*	Popescu, 2015 Europeiska unionens funktionssätt Glauner, 2017 Business Sweden, u.å International labour organization, u.å
Sociala förhållanden & Personalfrågor	Svenska	Arbets*, mångfald*, kön*, värde*, lön*	Ibid
Mänskliga rättigheter	Engelska	Human right*, child lab* educat*/school*, eti*	Fördraget om Europeiska unionen Crisis, 2019 Emeseh & Songi, 2013 FNs globala mål ÅRL (SFS:2019:286)
Mänskliga rättigheter	Svenska	Mänsklig* rättighet*, barnarb*, utbild*/skol*, eti*	Ibid
Antikorruption	Engelska	Corrupt*, transp*, brib*	Hess, 2009 Polismyndigheten Öhrlings PricewaterhouseCoopers 2008 Brottsbalken (SFS 1962:700)
Antikorruption	Svenska	Korrupt*, transp*, mut*	Ibid

Tabellen visar orden som valdes till kodningen med referens till institutionalia och facklitteratur.

4.5.1.3 Miljö

Kategorin miljö innebär samtliga frågor och utmaningar som berör avfall, resurser samt påverkan av företagens aktiviteter på miljön. Uppsatsen undersöker hur företagens framställning av åtgärderna presenteras i rapporterna, i förhållande till lagstiftningen. Exempelvis hantering för konsekvenserna av utsläpp och återvinning. Förslagsvis genom hur företagen framställer åtgärderna kring utsläpp av ämnen som är miljöfarliga samt hur hanteringen av textilier och överbliven produktions påverkan på miljön (Borglund et al, 2012). Den delen av hållbarhetsrapporteringen handlar även om att tillhandahålla knappa resurser för kommande generationer. Följaktligen innebär det en jämförelse om hur resurskrävande en viss bransch är (Borglund et al, 2012).

I hållbarhetsrapporteringen ska företagen ta hänsyn till olika aspekter kring hur effektiva och energikrävande resurser är vid produktion. Resurseffektivitet handlar om att använda resurserna på bästa möjliga sätt, vilket bidrar till minskning av företagets kostnader och miljöpåverkan. Om en resurs har negativ inverkan på miljön, ska företaget ha en åtgärdsplan till hur de hanterar risken som tillkommer. Farliga avfall och resurser som kemikalier kan ta skada på arbetarnas hälsa samt luft, dricksvatten och ekosystem. Naturen kan inte alltid återhämta sig från effekterna (Business Sweden, u.å.).

De valda orden för kodningen inom kategorin miljö var 'environment', 'recycle', 'water', 'pollution/Co₂/Carbon dioxide' och 'materials'. Ordvalen ansågs ha koppling till hur miljön påverkas av företagens agerande. Baden och Harwood (2013) beskriver att terminologin kring CSR ofta kopplas till 'environment', 'pollution' och 'carbon dioxide' då det är en bidragande faktor till påverkan av miljöns användning (Baden & Harwood, 2013).

Claudio (2007) beskriver hur globaliseringen och konsumtionen samt återvinning ('recycling') bidragit till möjligheterna att producera kläder till ett betydligt lägre pris idag än förut. Samtidigt har de snabba trenderna bidragit till att miljön har fått ta stryk. Det visas i avtrycken från föroreningarna som till följd genererar en miljö- och yrkesrisk. Claudio (2007) presenterar även information om att återvinning av bomull sparar in på 20,000 liter vatten per kilogram bomull. Det var också en anledning till varför orden 'recycling', 'water' och 'material' var viktiga i undersökningen, då detta innefattar miljöns påverkan vid tillverkning av kläder.

Samtidigt kopplas majoriteten av orden till miljöbalken (MB) som används i Sverige (SFS 1998:808). Miljöbalkens 1§ beskriver att lagen ska främja hållbar utveckling för den nuvarande och kommande generationer, för att försäkra om en hälsosam och bra miljö. Lagen inkluderar att hälsa, skydd av miljön, tillämpning av mark, vatten och fysisk miljö används på ett ekologiskt och långsiktigt sätt. Samt att återvinning och återanvändning av material, råvaror och energi används så att ett kretslopp uppnås enligt 1 -2 §§ (SFS 1998:808).

4.5.1.4 Sociala förhållanden och personalfrågor

Etisk hantering av leverantörskedjor har blivit trendigt inom industrin. Konceptet av hållbarhet inkluderar inte endast miljön utan även den hållbara hanteringen av att sköta leverantörskedjorna räknas även med. Många nuvarande leverantörer av kläindustrin är outsourcade i Asien på grund av de lägre totala kostnaderna för arbete och produktion. Med tanke på den senare tidens hållbarhetsutveckling har modehusen tvingats tänka om gällande företagets sociala ansvar. Samt arbetet med hållbarhetsfrågor för att förhindra ohållbara verksamheter och för att minimera samhällets och miljön negativa påverkan (Popescu, 2015).

Orden som valdes var 'working', 'diversity', 'gender', 'values' och 'living wages'. Ordet 'working' vars syfte var att undersöka ord som var kopplade till -conditions, -hours, -place beaktades i sökningen. Med anledning att inte begränsa sökningarna, utan skapa ett bredare sökresultat som kunde relateras till det sociala förhållanden och personalfrågor.

I fördraget om Europeiska Unionens Funktionssätt artikel 151 beskrivs det hur EU ska arbeta med de grundläggande sociala rättigheterna, exempelvis att förbättra levnads- och arbetsvillkor. Artikeln kopplas till de valda orden 'working' (conditions, hours och place) och 'living wages'. Vidare i artikel 167 ska unionen arbeta med respekt för den nationella och regionala mångfalden som finns i unionen. Det kopplas till ordet 'diversity'. Samt lyder artikel 10 att EU ska utforma politik och verksamheter i försök att bekämpa diskriminering kring kön, ras och ursprung. Utifrån artikel 10 valdes ordet 'gender' som sökord (EUT C 326, 2012).

Glauner (2017) förklarar hur behovet av en företagskultur måste vara en medveten plats där meningsfullhet och symboler skapas. Företagen måste aktivt engagera sig i relation till arbetets mekanismer för det sociala systemet. Värden (Values) är den primära motivationen till individuell utveckling som styr handlingar. Glauner (2017) menar att om företaget och den

enskilda individens värden för personal och för intressenter speglar företagets kärnvärden, går det att skapa företagskultur med spetskompetens. Vidare menar Glauner (2017) att företag gör detta för att uppnå framgång. Det styrker ordvalet 'values' i kategorin sociala förhållande och personalfrågor.

I många verksamheter är de anställda den största tillgången i företaget. När företaget erbjuder fördelaktiga arbetsvillkor och bra arbetsförhållanden kan det anses mer attraktivt, vilket kan bidra till att varumärket stärks och att konkurrenskraften ökar. Bortsett från den positiva effekten för företaget att erbjuda bra arbetsvillkor, kan det få ekonomiska och straffrättsliga följder om arbetsvillkoren inte når upp till en grundnivå (Business Sweden, u.å).

International Labour Organization, (ILO) presenterar internationella arbetsstandarder som är juridiska instrument som tillsammans med regeringar, arbetsgivare och arbetstagare har upprättats. De fastställer grundläggande principerna och rättigheter som finns i arbetet. Grundläggande principer och rättigheter framställs antingen i form av konventioner eller i protokoll och är lagligt bindande i internationella fördrag som kan godkännas av medlemsstaterna. De rekommendationer som inte är lagligt bindande ses istället som riktlinjer (International Labour Organization, u.å).

4.5.1.5 Mänskliga rättigheter

Företagen har förmåga att påverka mänskliga rättigheter, specifikt stora företag som verkar i olika länder i outsourcade verksamheter. Verksamheterna bidrar till att staten ökar intäkter. Det kan vidare användas till att förbättra människors ekonomiska, sociala och grundläggande förhållanden som anses vara viktiga. Företagen kan även utnyttja människor för egen vinning istället för att se till att mänskliga rättigheter följs. Framst på grund av att människorna som drabbas befinner sig i lägre position samt att det förekommer i länder som saknar ett fungerande rättssystem. Avsaknad av ett funktionellt rättssystem leder till att arbetarna som drabbas av ett oetiska beteende, inte kan överklaga eller stämma (Amnesty, u.å.). EU arbetar aktivt med att följa de mänskliga rättigheterna (EU 2010/C 83/389).

Global Compact agerar som världens största CSR-initiativ och har inkluderat flera tusen företag och är etablerat i över 160 länder. Global Compact arbetar med att uppmana företag att skydda, respektera och åtgärda. Strukturen innebär att både staten och företag ska skydda arbetstagare

inom ramen för mänskliga rättigheter. Vägledningens principer har en klausul om att utöva försiktighet för att undvika medverkan i arbetsmissbruk och miljöförstörelse. Global Compact inkluderar även intressenter och riktar sig mot hållbar utveckling samt det gemensamma ansvaret. Organisationerna måste bidra med att tillhandahålla varor och upprätta fördelar i välstånd. Global Impact är avsedd att införa uppförandekoder med avsikt att respektera de mänskliga rättigheterna. Det tog längre tid för europeiska företag att anta FN:s globala mål. Motviljan att anta målen kan avvika från klädföretagens mål om vinstmaximering. Varukedjeproduktion agerar idag efter det snabba modet och kräver stor press på de anställda och även leverantörer som följd. Det sätts press på att arbetarna måste arbeta hårdare och längre för att uppfylla kraven (Crisis, 2019).

Genom hållbarhetsrapporteringar ska företagen representera de åtgärder som bidrar till att deras medarbetare får ett någorlunda bra liv genom att de mänskliga rättigheterna följs (Business Sweden, u.å.). Det kan innebära att företag har program som främjar rättigheten till utbildning och tillgång till rent vatten. Det kan också innebära att företaget har en uppförandekod och konsekvenser vid kränkning av mänskliga rättigheter hos leverantörerna. (Business Sweden, u.å.). Vid val av samtliga sökord, kunde det urskiljas att företagen använde ord som 'human rights', 'child labour', 'education/school', 'equality' samt 'ethic'. Begreppet 'human rights' styrktes genom benämning i 12§ ÅRL (SFS 2019:286) där företagen ska ta hänsyn i hållbarhetsrapporteringen. För att specificera vilka delar av mänskliga rättigheter som gäller, benämner FN:s globala mål (u.å.) rätten till utbildning, främja jämlikhet och motverkande mot barnarbete. Följaktligen bör företagen även generellt redovisa hur etiska de är i verksamheten i hållbarhetsrapporterna (Emeseh & Songi, 2014).

4.5.1.6 Antikorrupktion

Sökord som valdes inom antikorrupktion var 'corruption', 'bribery' samt 'transparency' i hållbarhetsrapporterna. Det gjordes genom en överblick av de valda rapporterna där orden nämndes under företagets åtgärdsprogram för korrupktion. Anledning till att endast tre sökord valdes i kategorin var på grund av att dess storlek inte var lika omfattande som resterande.

Hess (2009) föreslår olika åtgärdsprogram som företag kan implementera i hållbarhetsrapporter för motverkandet av korrupktion, vilket var en av anledningarna till att sökordet 'corruption' valts. Hess (2009) belyser att korrupktion är ogillat i samhället, ändå förekommer det i hög grad då till

och med FN har gjort det till en del av de Globala Målen (u.å.). Däremot finns det fler sätt att tolka och förklara korruption. Enligt svenska polismyndigheten (2019) definieras korruption när en individ utnyttjar sin position eller ställning för att uppnå en fördel som utan behörighet, antingen för egen vinning eller till en annans fördel.

Både Hess (2009) och svenska polismyndigheten (2019) benämner att korruption kan förekomma i olika former såsom mutor och bedrägeri. Mutor är den vanligaste typen av korruption och därför var motivering till valet till sökordet 'bribery' för att se hur företagen ställer sig kring mutor i rapporter. Anledningen till att 'fraud' inte valdes, var för att det inte gav sökträffar. Mutor handlar om när en person tar emot en gåva, men även när personen ger en gåva för att uppnå en obehörig fördel (Svenska Polismyndigheten, 2019). Mutor är mest förekommande inom företag (Hess, 2009), vilket är ett brott enligt brottsbalken kap. 10, 5a5e§§ (SFS 1962:700).

Korruption är skadligt på grund av att det hotar samhällets rättssäkerhet men även demokratin. Om människor kan muta varandra för att uppnå olika typer av fördelar kan demokratin ta skada. Andra konsekvenser av korruption är att det skadar förtroende respektive handel och skapar en obalanserad konkurrens (Hess, 2009). På grund av att korruption kan ge stora negativa effekter har det därför blivit viktigt att företag aktivt arbetar med frågan och redovisar på vilket sätt de ska motverka korruption. Det gäller att företag är transparenta, med andra ord, öppna om verksamheten (Öhrlings PricewaterhouseCoopers, 2008). Därför valdes sökordet 'transparency' för att se om företaget har transparens som del av sitt åtgärdsprogram mot korruption (Hess, 2009).

4.5.2 Steg 2 - kodning av informationsinnehåll genom nivåer

Steg 2 i CONI-modellen var kodningen av informationsinnehållet i hållbarhetsrapporterna. Detta steg var en kvalitativ del. Kodningen utfördes efter olika nivåer på information. Enligt CONI-modellen kan informationen analyseras utifrån nivå 1 till 5, där nivå 5 var den högsta och mest utförliga (Beck, Campbell & Shrives, 2010). Nivåerna talar om hur utförligt sammanställt de olika kategorierna är i rapporterna samtidigt som det en skapar överblick vid jämförelse (Beck, Campbell & Shrives, 2010).

För att analysera orden inom varje kategori användes en sökfunktion. Orden söktes i programmet "Förhandsvisa" enligt IOS version 8.0. För att få fram sökfunktionen användes kortkommando "cmd + f". Därefter söktes det valda ordet och visade resultaten för dokumentet. På så sätt kunde undersökningen undvika att utelämna ord eller felräkning. En nackdel men även en fördel var att andra ord som innehöll sökord inkluderas. De sökta orden analyserades för att undvika ord som inte var relevanta för de valda ämneskategorierna. Samtidigt kategoriserades de i enlighet med de olika nivåerna. Ord som stod i sidhuvud eller sidfot inkluderades inte, eftersom de upprepades flertal gånger utan relevans.

Nivåerna 1-5 tillämpades. I undersökningen kategoriserades orden för varje nivå och för varje ämne, det vill säga miljö, sociala förhållande och personalfrågor, mänskliga rättigheter och antikorrupktion, i ett Excel dokument. De olika nivåerna kom från Beck, Campbell och Shrives (2010) och har översatts från engelska till svenska. Dessutom tillämpades exempel från de valda klädföretagens hållbarhetsrapporter. Originalen finns under "Bilagor".

Nivå	Definition	Exempel
1	Information relaterade till kategorin som är rent deskriptiva. Endast få detaljer.	"ENVIRONMENTAL IMPACT OF SUPPLIERS" – <i>Gina Tricot, 2018, s.58</i>
2	Information relaterat till kategorin som är rent deskriptiva. Tillför beskrivningar och mer information än endast omnämmande.	"By 2025, all Lindex business partners with water intensive operations measure their water use, have set reduction goals and incorporated reduction, reuse and recycling of wastewater in the environmental management systems." – <i>Lindex, 2018, s.7</i>
3	Informationen relaterad till kategorin presenteras numeriskt.	"59,9% lower water usage" – <i>Gina Tricot, 2018, s.25</i>
4	Informationen relaterad till kategorin presenteras numeriskt och inkluderar kvalitativa förklaringar i form av problem och/eller detaljer.	"Mer-parten, upp till 60 procent, sätts på den globala secondhandmarknaden av I:Collect och säljs vidare i befintligt skick till ny ägare. Resterande 40 procent åter-vinns och blir till exempel isolering. I:Collect, vars vision är att bygga textil cirkularitet, arbetar också för att kunna skapa nya, högkvalitativa material av återvunna textilier." – <i>KappAhl, 2018, s.49</i>
5	Informationen uppfyller nivå 4 och inkluderar en numerisk årsjämförelse.	"We occasionally face a challenge when a country or region does not have the necessary recycling systems available. In 2018, the share of stores that had enough recycling systems for out waste equated to 63%. This indicates a decrease from last year's result (2017: 64%), which can be attributed to improved data collection." – <i>H&M, 2018, s. 52</i>

Beck, Campbell och Shrives (2010). Översatt modellen från engelska till svenska och tillämpat exempel från undersökta hållbarhetsrapporter. (2019). Se bilaga 8.1 för originalversion.

4.5.3 Steg 3 - Mätning av volym

Det tredje steget i CONI-modellen innefattar en kvantitativ undersökning. I detta steg skulle informationen mätas efter frekvens, med andra ord volymen. Meningen med att mäta volymen inom varje kategori var att betydelsen av området/kategorin för företaget skulle kunna jämföras med exempelvis andra kategorier. Ju fler gånger företaget nämnde och skrev om kategorin desto större betydelse hade den för företaget (Beck, Campbell & Shrives, 2010). I vår undersökning utfördes steg 3 precis som steg 2 genom sökfunktionen i programmet "förhandsvisa". På så sätt visades antal sökträffar som beräknades och dokumenterades i Excel. När alla stegen var utförda, framställdes stolpdigram för totalt antal ord, antal ord inom varje kategori och antal ord inom varje nivå för år 2015 likväl 2018.

4.6 Trovärdighet

För att utvärdera en studies trovärdighet beaktades reliabiliteten och validiteten i undersökningen samt tillförlitligheten.

4.6.1. Reliabilitet

Reliabilitet berör frågan om hur stor grad av tillförlitlighet resultatet har. Undersökningen ska vid replikation ge samma eller snarlika resultat som tidigare forskning. Reliabiliteten är kopplad till den kvantitativa delen av undersökningen, det vill säga kodningen (Bryman & Bell, 2017). Undersökningen grundade sig i hur fyllig informationen i hållbarhetsrapporterna var enligt de olika nivåerna i modellen. Nivåerna var tillämpade utifrån Beck, Campbell och Shrives (2010) och låg som ramverk för hur beslut om kodning skulle tas. Undersökningen blev därav reproducerbar genom förklaring av begrepp och nivåer. Replikerbarheten kunde däremot diskuteras gällande liknande utförda studier på andra företag. Måtten och begreppen skulle eventuellt ha ett behov av bearbetning för att kunna tillämpas i andra branscher respektive industrier (Bryman & Bell, 2017). Uppsatsen utformade ett tillvägagångssätt som förklarade varje steg i metoden. Den kvalitativa delen blev svårare att replikera, vilket beror på vår omgivning och tid inte står stilla samt har en inverkan på studiens förutsättningar.

Uppsatsens kodning har gjorts gemensamt för att uppnå interbedömarreliabilitet samt intrabedömarreliabilitet. Med andra ord har vi kodat samma dokument samtidigt för att materialet skulle få liknande resultat. Det hade varit mer effektivt att materialet hade delats upp och kodats enskilt av var en, däremot hade det kunnat resultera i olika resultat beroende på vem som kodat materialet. Därav gjordes valet att all kodning gjordes gemensamt och diskuterades. Det har bidragit till att ord som har varit svåra att koda har diskuterats i grupp för att få den mest snarlika skattning i kodningen (Bryman & Bell, 2017).

4.6.2 Validitet

Validiteten handlar om att bedöma om resultatet och slutsatsen är sammanhängande eller inte. Begreppet validitet kopplas oftast till kvantitativa studier och kan delas in i intern och extern validitet (Bryman & Bell, 2017).

Intern validitet handlar om resultatet överensstämmer med verkligheten eller den tillämpade teoretiska referensramen (Bryman & Bell, 2017). Undersökningen hade utgångspunkt i att se om företagens hållbarhetsrapporter följde årsredovisningslagen. Själva fysiska arbetet som nämndes i hållbarhetsrapporterna var svåra att validera om de stämde med verkligheten eftersom de valda företagens produktion var outsourcad. Denna aspekten ingick inte i uppsatsens undersökande del.

Extern validitet handlar om att resultatet från en undersökning är generaliserbar (Bryman & Bell, 2017). Uppsatsen genererade ett generaliserbart tillvägagångssätt av kodning för hållbarhetsrapporter som senare kunde tillämpas på liknande analys av andra företags hållbarhetsrapporter. Det gav också en generaliserbar bild av hur hållbarhetsrapporteringen såg ut för den svenska klädbranschen, åtminstone för de mest kända företagen. Det visade vidare vilka områden som tar mest plats i rapporterna.

4.7 Tillförlitlighet

Tillförlitlighet identifieras av att den utförda forskningen är acceptabel av individer som tillhör det undersökta sammanhanget. Samt om det överensstämmer med verklighetens regler och normer (Bryman & Bell, 2017). En innehållsanalys av hållbarhetsrapportering var därmed

tillförlitlig i den mån att det fanns åtkomst till information om svåråtkomliga grupper och dess verklighet som de är del av (Bryman & Bell, 2017). De utgivna rapporterna underlättade undersökandet i den mån att en inblick gavs hur företaget framställer hållbarhetsarbetet utan direkt kontakt med företagen. Följaktligen gick det att avgöra ifall hållbarhetsrapporterna var i enlighet med norm och lag om hållbarhetsrapportering.

Nackdelen med att utföra en innehållsanalys av hållbarhetsrapportering är ovissheten om företagets arbete som faktiskt sker i deras verksamhet och om detta avspeglas rätt (Junior, Best & Cotter, 2014; Holton, 2005). Det fanns viss tendens att företag, specifikt stora klädföretag, dolde deras faktiska arbete och endast redovisade det som ansågs vara accepterat av samhället. Det fanns ingen möjlighet att direkt undersöka delar av företagets produktion som tillhörde deras åtgärdsprogram på grund av distans (Boström & Micheletti, 2016).

Ännu ett kritiskt scenario mot innehållsanalys var terminologin. En stor del av hållbarhetsrapporterna använde engelskt affärsspråk och behövde översättas (Baden & Harwood, 2013). Dessutom fanns det svårighet mellan författarna att komma överens om innebörden av de olika termer, eftersom samtliga hade olika uppfattning.

4.8 Metodreflektion

Under arbetets gång ändrades den ursprungliga strategin för metoden. Från början var kodningen avsedd att utföras från 2014 till 2018, för att visa hur förändringen hade utvecklats. Det framgick att det var tidskrävande och visade för liten utveckling per år. Istället valdes åren 2015 och 2018 för att förändringen skulle vara tydligare vid illustration av diagrammen. Ett stort tidsspänn hade försvårat databehandlingen och framtagandet av graferna.

Under kodningen uppstod problem med hållbarhetsrapporterna för Lindex. Lindex presenterade en kort rapport med höjdpunkter från året och hänvisade resterande till Stockmanns hållbarhetsrapport för 2018. Kodningen utfördes på sammanslagningen mellan Stockmanns och Lindex rapport från 2018. Alternativt hade kodningen utförts på Stockmanns hållbarhetsrapport för 2015 också, då Lindex ingått i koncern sedan 2007. Utfallet hade sannolikt varit mer rättvist och realistiskt.

Den generella risken med kodningen var räknefel samt tolkningen av orden. Det finns en risk att orden kan tolkats fel vid tillämpningen av nivåerna. Ännu en risk är att de kan ha skett ett bortfall av ord med tanke på antalet ord som valdes för respektive sökkategori. Varje kategori undersöker fem ord (förutom kategorin för antikorruption, som undersöker tre sökord). Ett bredare val av sökord hade varit möjligt att tillämpa för ett vidgat perspektiv. Mer tid hade sannolikt resulterat i en större frekvens av antal ord för kategorierna. Strategin hade sannolikt resulterat i en större inblick om varför kategorierna överges, som PwC och KPMG benämner. Om undersökningen hade följt PwC och KPMGs studie kring varför antikorruption och sociala förhållande och personalfrågor underpresterar i företagens hållbarhetsrapporter, hade det inte varit sannolikt att undersöka en generell bild av industrins utveckling. Undersökningen hade således inte varit generaliserbar.

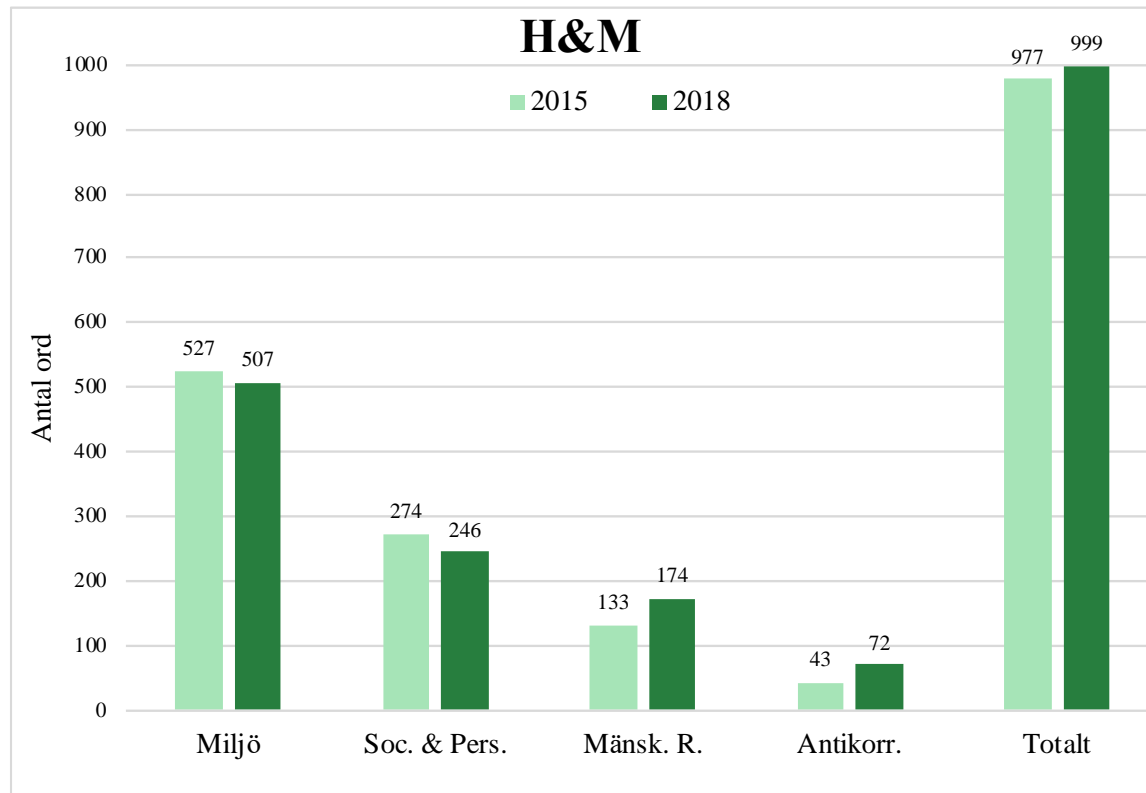
5. Resultat

5.1 Hennes & Mauritz (H&M)

H&M grundades 1947 i Västerås av Erling Persson. H&M startades som “Hennes” och hade enbart damkläder. Idag har företaget ändrat namn, sortiment och kundsegment. H&M är ett av märkena i H&M-group koncernen, som består av ytterligare sju märken: COS, Monki, & Other Stories, Weekday, ARKET, Afound och H&M Home. H&M är känt världen över. År 2018 fanns 4414 fysiska butiker på 73 marknader. Företaget har dessutom utvecklat en e-handel på 52 marknader. Företaget hade 2018 en nettoomsättning på 210 miljarder kronor, en balansomsättning på cirka 118 000 miljoner kronor och cirka 177 000 anställda. Det innebär att de uppfyller kraven för att upprätta en hållbarhetsrapportering (H&M, u.å.). H&M är ett stort företag och har därför inflytande och möjlighet att påverka. Företaget har arbetat mycket kontinuerligt med miljömedvetenhet.

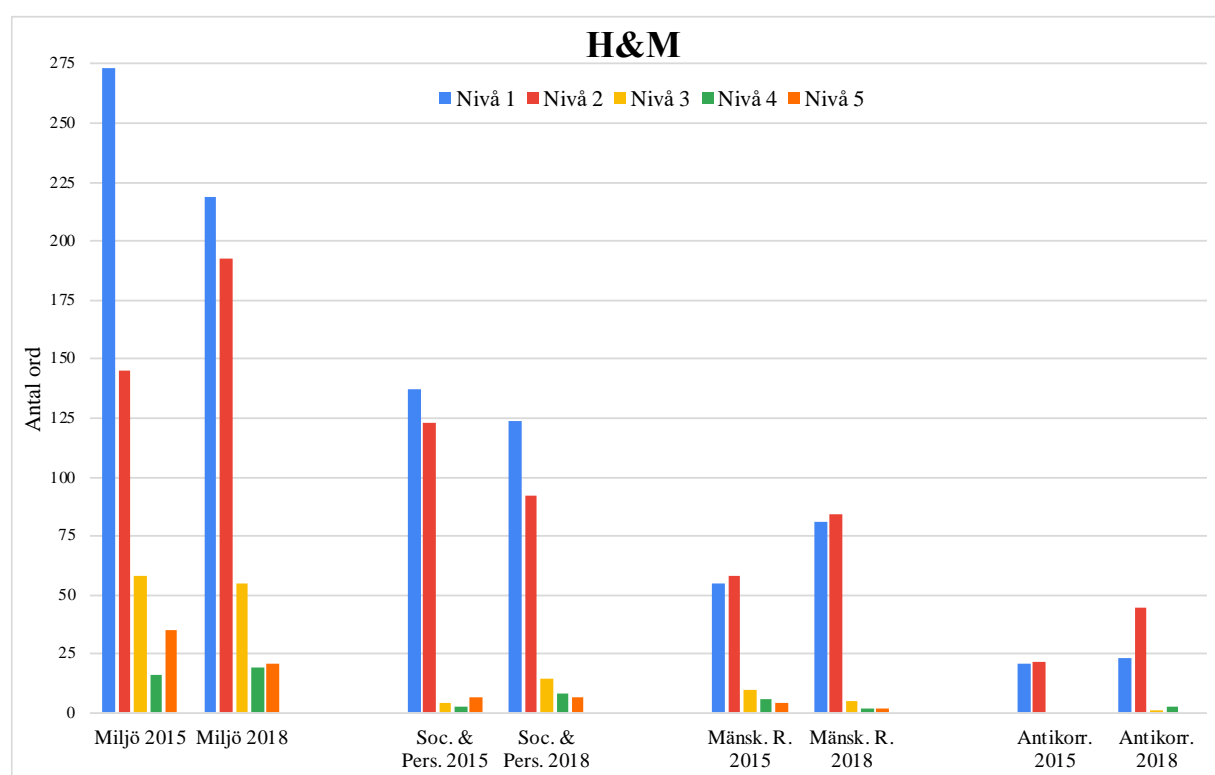
5.1.1 Resultat av kodning

5.1.1.1 Antal ord



I diagrammet för H&M:s totala förändringar i antal ord kan utläsas att totalt fler ord har inkluderats 2018 jämfört med 2015. Sammanlagt har frekvensen av orden inom de olika kategorierna ökat till 999 ord 2018 jämfört med 977 ord 2015. Vilket betyder en ökning av 2,2% totalt (se Excelblad 2 under bilagor). Vid undersökning av kategorierna var för sig går det att utläsa att kategorierna miljö och sociala förhållande och personalfrågor har minskat i antal ord från år 2015 till 2018. Däremot har kategorierna för mänskliga rättigheter och antikorrupcion ökat med åren. Miljö och sociala förhållande och personalfrågor är de två största kategorierna, samtidigt som mänskliga rättigheter och antikorrupcion är mindre till storleken.

5.1.1.2 CONI-modellens nivåer



5.1.1.3 Miljö

Vid undersökning av nivåerna inom kategorin miljö 2015 i jämförelse med 2018, kan utläsas att det skett en omfördelning av frekvenserna på de olika nivåerna. Antalet ord som tidigare nämnts har däremot minskat och frekvenserna på de olika nivåerna har förändrats. Det som kan anses negativt för H&M är att både nivå 3 och 5 har minskat med 3 respektive 14 ord år 2018 i jämförelse med 2015. Nivå 2 och 4 har ökat med 48 respektive 3 ord. Nivåerna 1, 3 och 5 har försämrats genom att frekvensen på nivåerna har minskat, samtidigt som nivå 2 och 4 har

förbättrats, frekvensen har därmed ökat. Nivå 2 innefattar mer information än nivå 1 och ses därmed som en fördel. Nivå 1 har minskat med 54 ord genom att kompenseras upp med att nivå 2 har ökat med 48 ord. Nivå 3 har minskat med 3 ord som kan kompenseras upp med att nivå 4 har ökat med 3 ord. Att nivå 5 har minskat med 14 ord är negativt för H&M, eftersom det är den mest utvecklade nivån.

5.1.1.4 Sociala förhållanden och personalfrågor

I den här kategorin har antalet ord i helhet minskat. Fördelningen av nivåerna i kategorin sociala förhållanden och personalfrågor för H&M 2015 jämfört med 2018 har också förändrats. Frekvenserna på nivå 1 och 2 har minskat med 13 respektive 31 ord. Samtidigt har frekvenserna på nivå 3 och 4 har ökat med 11 respektive 5 ord. Frekvensen för nivå 5 är oförändrad. Positivt för företaget är att antalet ord minskat på de lägre nivåerna, men visar istället en ökning av de högre nivåerna. Orden har således fått en djupare förklaring. Däremot går det att diskutera om en minskning av 13 ord på nivå 1 kan kompenseras av en ökning på 5 ord på nivå 4.

5.1.1.5 Mänskliga rättigheter

Antalet ord för kategorin som helhet har ökat från år 2015 till 2018. Antalet ord på de olika nivåerna har även förändrats. Frekvensen på nivå 1 och 2 har ökat betydligt. Nivå 1 har ökat med 30 ord samtidigt som nivå 2 ökat med 26 ord. Nivå 3, 4 och 5 har däremot minskat med 5, 4 och 2 i antal ord. Företaget har förklarat arbetet med de mänskliga rättigheterna i större utsträckning år 2018 än 2015, vilket är positivt. Däremot har de högre nivåerna minskat, vilket är negativt för H&M.

5.1.1.6 Antikorrruption

I kategorin antikorrruption har antalet ord ökat. Frekvenserna på nivå 1, 2, 3, 4 har ökat samtidigt som nivå 5 är oförändrad. Vad som kan urskiljas från 2015 är att frekvensen på nivå 3, 4 och 5 är obefintlig. 2018 har både nivå 3 och 4 ökat. Nivå 2 har en ökad frekvens på 23 ord. Antikorrruption är den minsta kategorin för H&M och det är bra att företaget har utvecklat den här delen. Man kan fortfarande utläsa att antikorrruption är den minsta kategorin även för 2018. Däremot har nivåerna ökat och djupet i förklaringarna utvecklats i en positiv riktning.

5.2 Gina Tricot

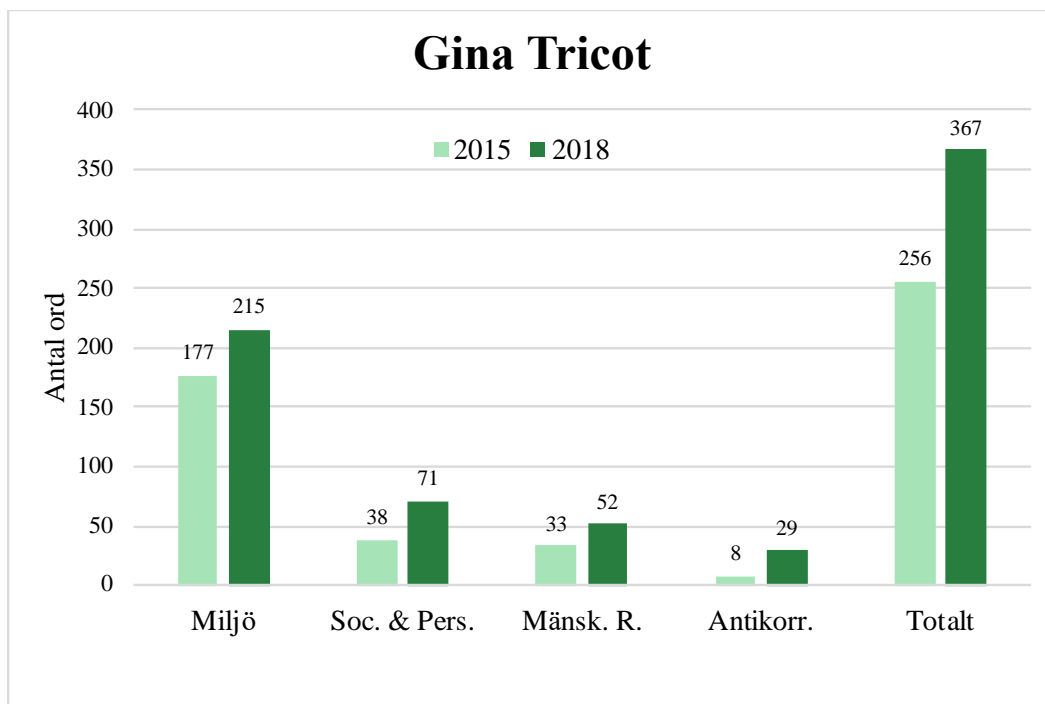
Gina Tricot är ett svenskt modehus som idag riktar sig till kvinnor i över 30 länder. Annette och Jörgen Appelqvist grundade företaget 1997. Det startade som en affärsidé och byggdes på en franchisemodell. Efter att ha startat elva butiker med franchisetagare, öppnade de själva en butik i Göteborg 1997 (Lönnroth, 2017).

Idag har Gina Tricot över 180 butiker i Norge, Sverige, Danmark, Finland samt i Tyskland och e-handel i Europa. Idag arbetar 1 900 anställda på Gina Tricot. År 2018 hade företaget en nettoomsättning på 959 183 tkr och en balansomslutning på 375 079 tkr (Gina Tricot, 2018). Företaget uppfyller därför kraven för hållbarhetsrapportering.

Gina Tricot fokuserar på att hålla produktionens livscykel cirkulär. Arbetet sker kontinuerligt och med en strävan om det långsiktiga målet 2028. Gina Tricots mål är att arbeta med hållbart material, vilket innebär att de siktar mot att hålla sig uppdaterade kring ny forskning och utveckling inom området för textilbranschen (Gina Tricot, u.å.).

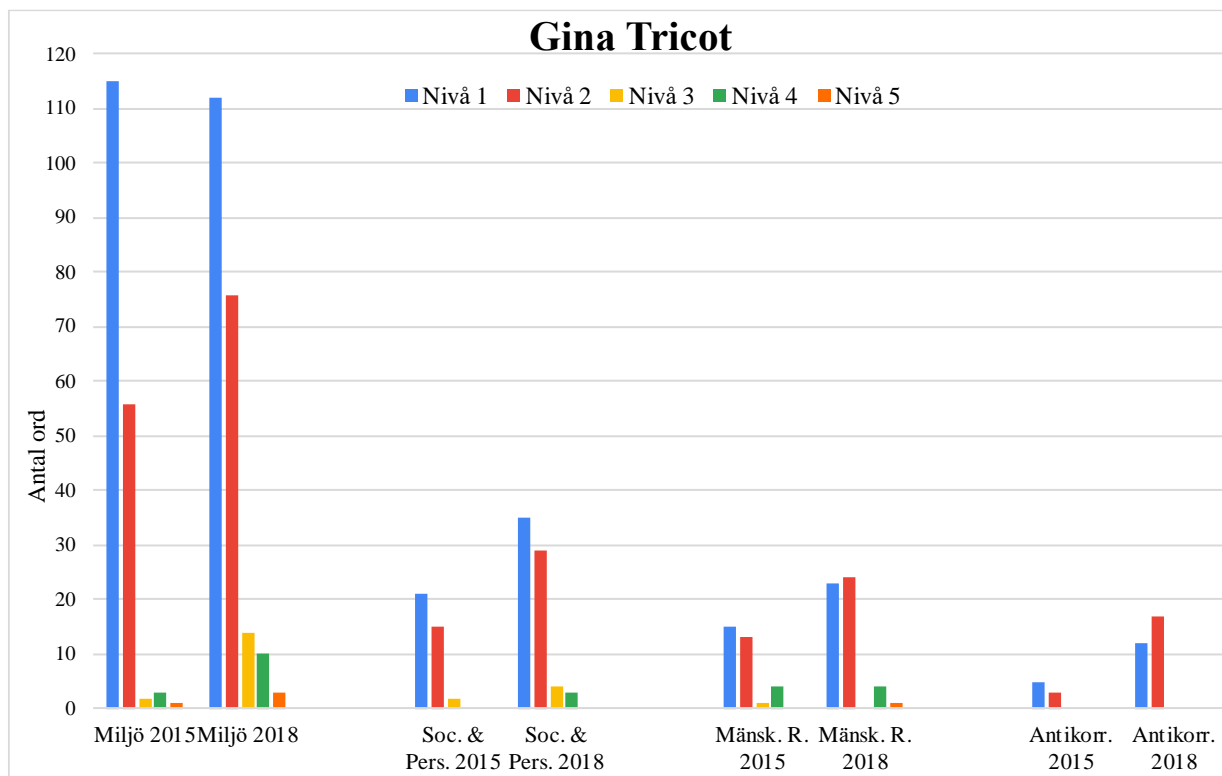
5.2.1 Resultat av kodning

5.2.1.1 Antal ord



Antalet ord som är kopplade till de 4 kategorierna har år 2015 förekommit 256 gånger i jämförelse med 367 gånger år 2018. Detta innebär att det har skett en större användning av orden efter lagstiftningen. Orden har totalt ökat med 43,4%. Vidare undersöks kategorierna var för sig och det kan utläsas att orden i alla kategorier har ökat. För åren 2015 och 2018 utläses att miljö är den största kategorin och därefter följer sociala förhållande/personalfrågor, mänskliga rättigheter och den minsta kategorin är antikorrupcion. Kategorin sociala förhållande och personalfrågor har ökat med 68 ord är den kategorin som ökat mest.

5.2.1.2 CONI-modellens nivåer



5.2.1.3 Miljö

I denna kategori har nivå 1 minskat med endast 3 ord från år 2015 till 2018. Samtidigt har nivå 2, 3, 4, 5 ökat med 20, 12, 7 och 2 ord. Bortsett från nivå 1, går det att analysera förändringen som att ju högre nivå som uppnås desto mindre är förändringen av antalet ord. Antalet ord inom nivåerna avtar ju högre nivå som uppnås, frekvensen i antal ord nivå 1 är oftast högst och avtar därefter. Trots detta uppfylls varje nivå inom denna kategori i jämförelse med andra där exempelvis nivå 5 inte är uppnådd.

I Gina Tricots hållbarhetsrapporter talas det mycket om miljö, därför förväntas en bättre ökning av de högre nivåerna än vad utfallet visar. Antal ord i miljö har ökat med 38 ord. Totalt har kategorin ökat med högst antal ord bland de 4 kategorierna.

5.2.1.4 Sociala förhållanden och personalfrågor

Kategorin har ökat i antal ord på alla nivåer förutom nivå 5, som förblivit oförändrad från år 2015 till 2018. Totalt har orden för kategorin ökat med 33 ord, vilket är den näst största ökningen bland kategorierna. Nivå 1 och 2 har ökat lika mycket i antal ord och nivå 3 och 4 har ökat i mindre antal ord. Nivå 5 är inte befintlig i denna kategori. År 2015 var både nivå 4 och 5 obefintliga. 2018 har nivå 4 förändras till det positiva samtidigt som nivå 5 fortfarande är obefintlig.

5.2.1.5 Mänskliga rättigheter

Mänskliga rättigheter är den näst minsta kategorin för både år 2015 och 2018. Totalt har nivån ökat med 19 ord, vilket är den minsta ökningen bland alla kategorierna i Gina Tricots hållbarhetsrapporter. Nivå 1, 2, 5 har ökat i den här kategori samtidigt som nivå 3 har minskat med 1 ord. I nivå 4 har det inte skett någon förändring mellan åren. Nivå 1 och 2 är de största nivåerna inom denna kategori. Nivå 3 och 5 är obefintliga inom kategorin för mänskliga rättigheter.

5.2.1.6 Antikorrruption

Den här kategorin är den minsta i Gina Tricots hållbarhetsrapporter för åren 2015 och 2018. Inom kategorin har det skett en ökning med 21 ord. Orden som används vid kodning av antikorrruption har endast utvecklats på nivå 1 och 2. Nivå 3, 4 och 5 är obefintliga. Däremot arbetar företaget fortfarande mot en förbättring. Ökningen på nivå 1 och 2 är en bättre utveckling än att de förblir densamma som tidigare. Det visar att företagen är på rätt väg i processen.

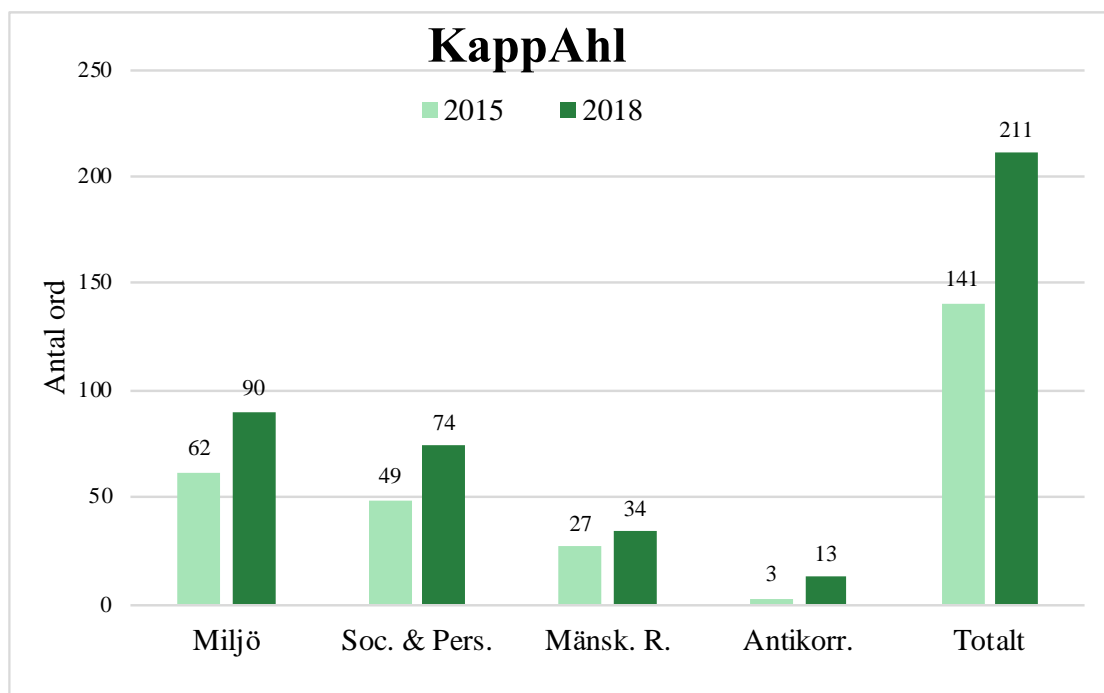
5.3 KappAhl

KappAhl grundades år 1953 av Per-Olof Ahl i Göteborg. I början sålde KappAhl endast damkappor till låga priser. Sortimentet är numera utökat och de säljer dam-, herr- och barnkläder. KappAhl har nu expanderat till Norge, Finland och Polen (KappAhl, u.å.). Totalt har KappAhl 400 fysiska butiker, vilket gör dem till en av Nordens ledande modehus. klädföretaget bedriver även e-handel samt Newbie som är ett klädmärke för bebisar (KappAhl, u.å.). År 2018 hade KappAhl en nettoomsättning på 4 760 miljoner kronor samt en balansomsättning på 2 745,1 miljoner kronor. Antalet anställda var 4 000 i samtliga tio länder (KappAhl, 2018).

KappAhls vision är att kunden ska känna sig bekväm och självsäker i kläder till ett rimligt pris (KappAhl, u.å.). KappAhl lanserade sitt första sortiment av ekologiska och miljövänliga kläder redan 1993. Sedan dess har miljömedvetenhet varit en del av deras affärsmodell (KappAhl, u.å.). För tillfället är 57 procent av deras sortiment miljömärkt och de arbetar ständigt med att öka sin hållbarhetsstrategi "Responsible Fashion". Strategin handlar om att ta sig an de utmaningar som gäller miljö- och socialt arbete i värdekedjan. Arbetet följer enligt FN:s och OECD:s riktlinjer för hållbart arbete (KappAhl, 2018).

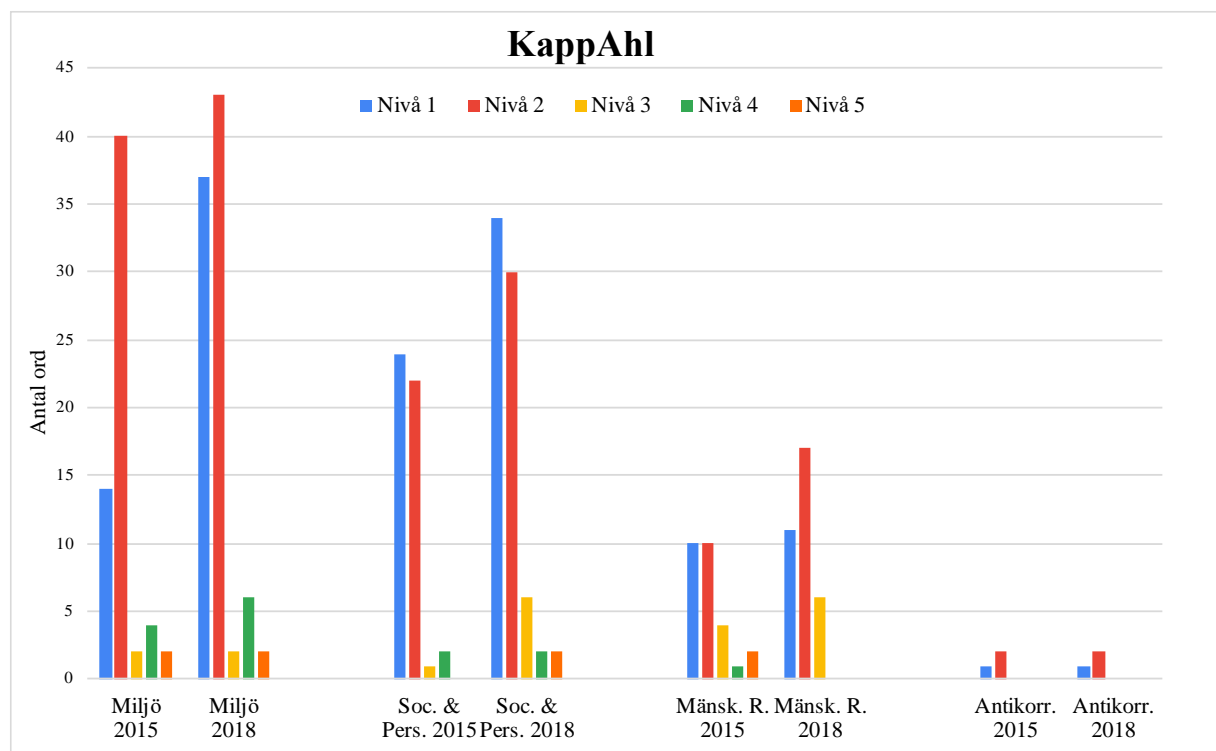
5.3.1 Resultat från kodning

5.3.1.1 Antal ord



Totalt har frekvensen av de valda sökorden i KappAhl's hållbarhetsrapporter ökat efter införandet av lagstiftningen. År 2015 nämndes orden 141 gånger jämfört med år 2018:s resultat som visade 211 sökträffar. Den procentuella ökningen blir således 49,6%. Orden fördelar sig mellan de olika kategorierna. Miljö är den största kategorin och därefter följer sociala förhållanden och personalfrågor, mänskliga rättigheter och minst är kategorin antikorrupktion.

5.3.1.2 CONI-modellens nivåer



5.3.1.3 Miljö

Miljö är den kategori som har ökat mest i antal ord. Från år 2015 till 2018 har kategorin ökat med 28 ord. All förändring som skett i denna kategori har bidragit till en positiv utveckling för företaget. Nivå 1, 2 och 4 har ökat. Liksom i andra företag har även nivå 1 ökat mest, därefter har nivå 2 och 4 endast ökat med ett fåtal ord. Nivå 3 och 5 förblir oförändrade mellan åren. Det finns ingen skillnad i nivåerna 3 och 5. Det förblir en frekvens på 2 ord.

5.3.1.4 Sociala förhållanden och personalfrågor

Sociala förhållanden och personalfrågor kvarstår som den näst största kategorin år 2018 likväl som under år 2015. Inom denna kategori har frekvensen ökat med 25 ord. Fördelningen mellan

nivåerna i denna kategori har precis som i H&M och Gina Tricot en större ökning av den första nivån och ökar inte lika mycket på de högre nivåerna. I KappAhl har alla nivåer inom sociala förhållanden och personalfrågor ökat förutom nivå 4 som förblir densamma år 2015 som år 2018.

5.3.1.5 Mänskliga rättigheter

Den här kategorin är den näst minsta men har från år 2015 till 2018 ökat med 7 ord. Under kategorin har det skett en förbättring av nivå 1, 2 och 3 medan nivåerna 4 och 5 har minskat. Eftersom det är en av de mindre kategorierna har nivå 4 och nivå 5 minskat till noll genom enbart en minskning på 1 till 2 ord. År 2015 nämnde KappAhl kategorin en gång på nivå 4 och två gånger på nivå 5. Under 2018 finns ingen innehållsinformation tillgänglig på nivå 4 och 5 inom mänskliga rättigheter.

5.3.1.6 Antikorrruption

Antikorrruption är liksom H&M och Gina Tricot även KappAhls minsta kategori år 2015 men även år 2018. Kategorin har däremot ökat med totalt 10 ord. Nivå 1 och 2 är de befintliga nivåerna inom denna kategori och det är även dessa som har ökat mellan åren. Nivå 3, 4 och 5 är obefintliga i KappAhls hållbarhetsrapporter båda åren.

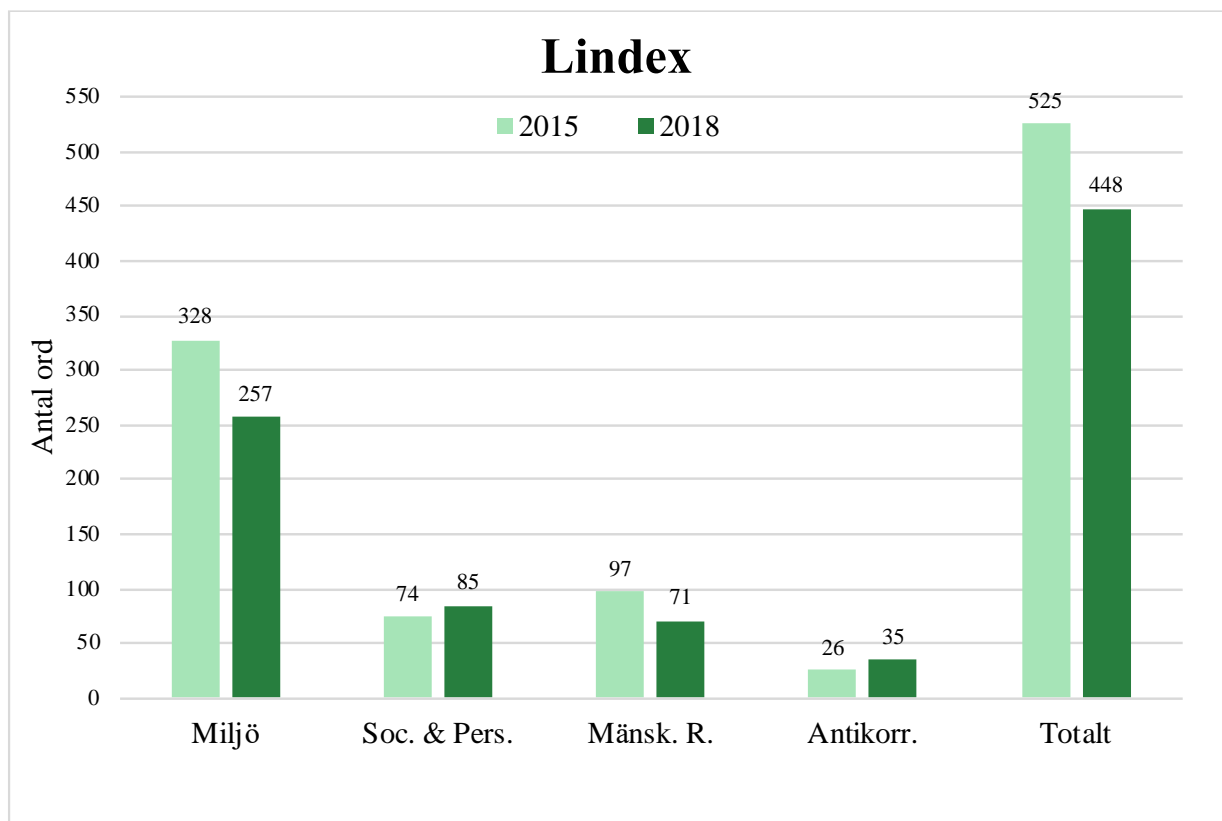
5.4 Lindex

Lindex grundades år 1954 i Alingsås av Ingemar Boman och Bengt Rosell. Lindex har idag 460 fysiska butiker på 18 marknader samt e-handel på 32 marknader. Sortimentet erbjuder dam-, barn-, underkläder och kosmetik. Företaget har 4000 anställda. År 2018 visade Lindex en nettoomsättning på 2,3 miljarder kronor och en balansomslutning på 942 miljoner kronor (Lindex, 2018). Lindex uppfyller därmed kraven för lagen om hållbarhetsrapportering och måste därför upprätta hållbarhetsrapporter årligen.

Företaget har under de senaste åren utvecklat ett hållbarhetsarbete och talar aktivt om deras hållbarhetslöften. Det grundar sig i de 17 hållbarhetsmålen. Lindex har gjort sin egen version av målen och utvecklat tre mål; stärka kvinnor, stå upp för mänskliga rättigheter och respektera hållbarhetsplanerna. Lindex talar även om klimatet, hållbara material och hur de arbetar för att bevara hållbarhetsmålen för framtida generationer i den dagliga verksamheten (Lindex, u.å.).

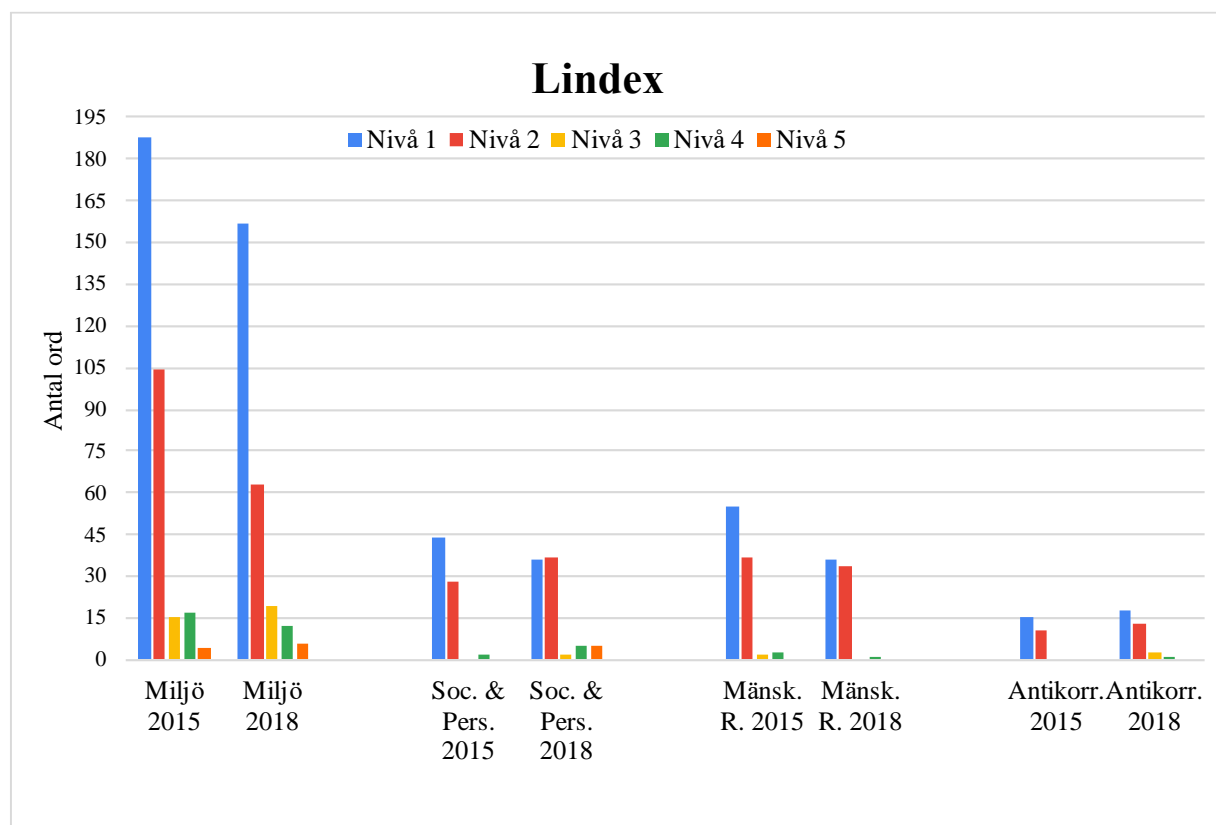
5.4.1 Resultat av kodning

5.4.1.1 Antal ord



De tidigare analyserade företagen har haft en ökning av antalet ord år 2018 i jämförelse med 2015. Lindex har däremot haft en minskning av det totala antalet ord. I 2015 års hållbarhetsrapport nämnde företaget de valda orden 525 gånger. 2018 upprättade Lindex en hållbarhetsrapport som var kortare än de föregående årens rapporter. Anledningen var att Lindex inkluderades i Stockmanns hållbarhetsrapport, vilket har tagits i beaktning vid kodningen. Resultatet blev en minskning av totalt antal ord med 14,7%. Likt de andra företagen är miljö den största kategorin och antikorrupcion den minsta i Lindex hållbarhetsrapportering både före och innan lagstiftningen. Det som skiljer sig från de andra företagen som undersökts är att 2015 är mänskliga rättigheter den näst största kategorin för Lindex. Sociala förhållande och personalfrågor som för de resterande företagen både innan och efter lagstiftningen har varit den näst största kategorin, men är år 2015 Lindex näst minsta kategori.

5.4.1.2 CONI-modellens nivåer



5.4.1.3 Miljö

Miljö är den största kategorin i Lindex hållbarhetsrapporter och har minskat under 2018 i jämförelse med 2015. Nivå 1, 2 och 4 är kategorierna som minskat samtidigt som nivå 3 och 5 har ökat. Liksom i de andra företagen är det även större förändringar i de två första nivåerna

samtidigt som förändringarna blir mindre ju högre nivå som undersökts. Totalt utgör miljö fortfarande en stor del av informationsinnehållet i hållbarhetsrapporterna.

5.4.1.4 Sociala förhållanden och personalfrågor

Till skillnad från de andra undersökta företagen var denna kategori näst minst 2015. Nivå 1 är den enda nivån som har minskat samtidigt som de andra nivåerna har ökat. Det har resulterat i att kategorin har ändrat placering och blir 2018 den näst största kategorin. Trots att nivå 1 minskat går det att utläsa en positiv förändring inom denna kategori på grund av att de högre nivåerna har uppfyllts i större grad.

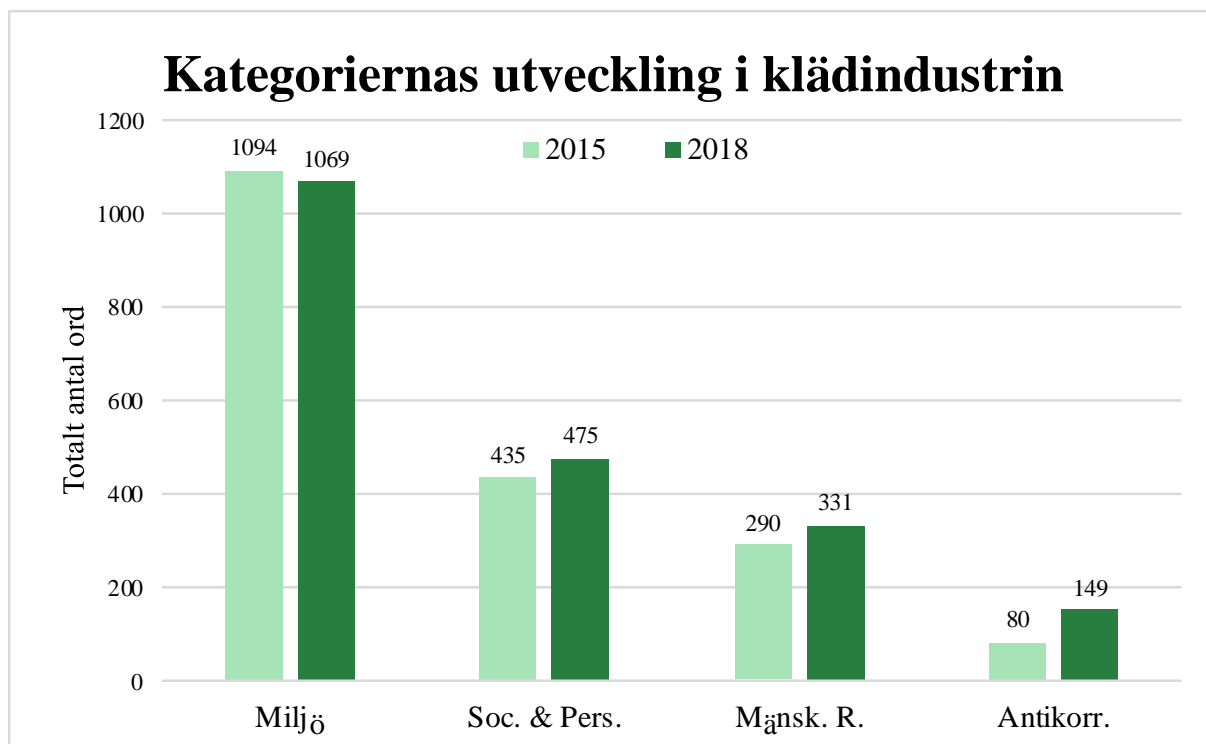
5.4.1.5 Mänskliga rättigheter

Mänskliga rättigheter var år 2015 den näst största kategorin, vilket skiljer sig från de andra företagen. Däremot skedde en negativ förändring för företaget och antalet ord inom denna kategori minskade efter lagstiftningen. 2018 var mänskliga rättigheter den näst minsta kategorin liksom för de andra företagen. Nivå 1, 2, 3 och 4 har minskat sedan 2015 samtidigt som nivå 5 är obefintlig båda åren. Likt andra kategorier är förändringarna störst i nivå 1 samt 2 och avtar i de högre nivåerna.

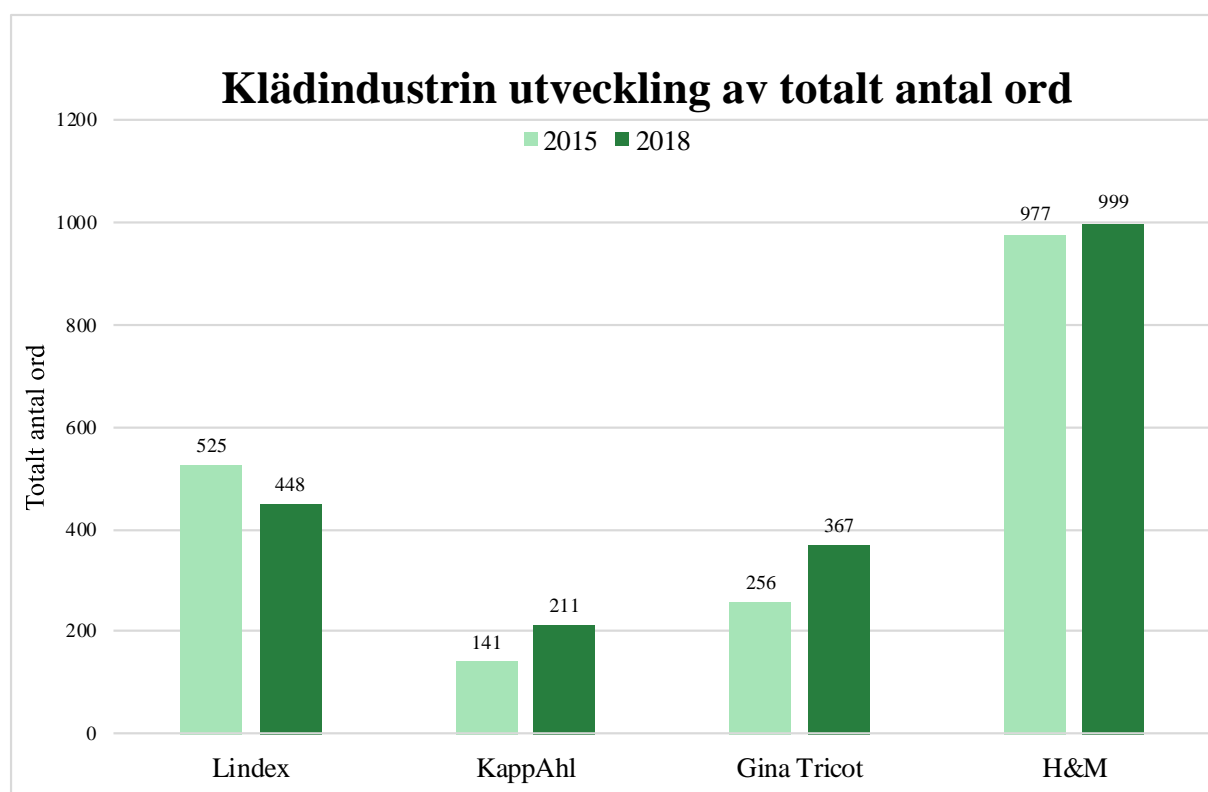
5.4.1.6 Antikorrruption

Både år 2015 och 2018 är den här kategorin minst för Lindex. Däremot har antalet ord ökat mellan åren. Nivå 1, 2, 3 och 4 har ökat med antal ord samtidigt som nivå 5 förblivit oförändrad. Det är positivt att det sker en ökning av orden i de lägre nivåerna än att det inte sker någonting alls i nivå 5. Där de mindre kategorierna är stora, exempelvis i miljö, hade det varit mer positivt om nivå 4 och 5 hade ökat. I allmänhet talas det lite om antikorrruption i företagens hållbarhetsrapporter. Däremot är det positivt att de lägre nivåerna ökar, trots att det inte är i lika stor utsträckning som de större kategorierna.

5.5 Totalresultat i klädindustrin



Resultatet för klädindustrin visar en utveckling från 2015 års rapporter. Sociala förhållande och personalfrågor, mänskliga rättigheter och antikorrupcion har ökat. Kategorin för miljö har minskat. Förändringen visar trots allt en positiv utveckling, eftersom kategorierna i helhet har ökat. Miljö var år 2015 den största kategorin. 2018 kvarstod miljö som ledande och påverkades inte särskilt mycket av en minskning. De mindre kategorierna inom klädindustrin har ökat men behåller samma fördelning.



En utveckling har skett i respektive företag, där omfattningen av ord ökat. Däremot visar Lindex en minskning, vilket högst troligt beror på att rapporten för 2018 inte omfattas av samma framställning som tidigare år. H&M visar tydligt på ett större antal ord från båda åren. Det förknippas till företaget storlek både i Sverige och internationellt i jämförelse till de andra tre valda företagen. H&M är störst både till storlek och omsättning och utmärker sig mest. Det sker inga drastiska förändringar i antalet ord i företagen, vilket indikerar på att arbetet med hållbarhetsrapportering förekom innan lagstiftningen.

6. Analys

Innan lagen om hållbarhetsrapportering stiftades, arbetade de fyra valda företagen redan med det. Miljö var kategorin som företagen nämnde vid flest tillfällen, samtidigt som antikorrup­tion nämndes minst antal gånger. Det kan förklaras av att det är lättare att kommunicera och påvisa resultat om miljöfrågor än om antikorrup­tion. Det kan vara svårt att sätta siffror på arbete av antikorrup­tion utan att avhumanisera de drabbade (Baden & Harwood, 2013). Sociala förhållanden och personalfrågor var år 2015 den näst största kategorin av alla företag bortsett från Lindex. Mänskliga rättigheter var den andra största kategorin i Lindex. I de övriga företagen var det den tredje största kategorin. Samtliga företag rapporterar om de fyra kategorierna, dock i olika omfattning. Det tyder på att företagen redan innan lagstiftningen tog hänsyn till de förväntningar som finns i samhället, därmed uppfyllde företagen det sociala kontraktet (Deegan, 2014). ÅRL:s krav på de fyra kategorierna infördes inte förrän år 2016/2017.

Företagen har redan innan införandet anpassat sig till lagkrav och samhällets förväntningar. Det kan förklaras av Deegan (2014) och De Villers och Warren (2018) och deras teorier om legitimitet. Legitimitetsteorin bygger på ett att det finns ett socialt kontrakt som innefattar samhällets förväntningar på organisationers verksamhet. Företagen har uppfyllt det sociala kontraktet eftersom de redan innan lagstiftandet talade om samtliga kategorier som samhället ställde krav på. Det är ett resultat på att företagen anpassat sig till samhällets förväntningar (Deegan & Unerman, 2011; Allen, 2016).

6.1 Miljö

Miljö är den del i hållbarhetsrapporteringen som innan och efter införandet av lagen har framställts främst i företagens hållbarhetsrapporter. De Villers och Warren (2018) talar om etableringen av förhållandet mellan hållbarhetsrapportering och legitimitet i organisationer. Information till intressenter är en viktig del i miljöarbetet. Företagen har tidigt visat ambitioner i kategorin och anpassat verksamheten efter samhällets förväntningar och värderingar.

Det går att utläsa i Lindex målsättning att de lyssnat på samhällets förväntningar och implementerat hållbarhet i deras målsättning i den dagliga verksamheten. Som Savage et al (2010) presenterade behöver företagen ta hänsyn till intressenterna. Lindex har utvecklat en

ömsesidig relation till konsumenterna genom att lyssna till förväntningarna, på så vis minimerar dem risken att förlora intressenter.

Vad som i resultatet går att utläsa och som är gemensamt för KappAhl, H&M och Gina Tricot är att de lägre nivåerna inom kategorin miljö har ökat. Lindex har ökat på de högre nivåerna, vilket indikerar till ett djupare innehåll. En ökning av nivåerna visar på större förståelse, samtidigt läggs mer tid på arbetsprocessen. Freeman (2010) belyser olika typer av makt hos intressenter och deras förmåga att påverka beslut. Makt kan delas in i; ekonomisk-, politisk- och en röstande makt. Det härleds till att intressenterna utövar makt till förändring i företagen i enlighet med vad samhället förväntar sig. Samtidigt belyser Deegan (2014) vikten av att företag strävar efter att uppfattas som legitima i handlingar. Legitimitet går inte att bevisa endast i ord, utan det krävs legitimitetsskapande handlingar som ska implementeras i den dagliga verksamheten. Daglig verksamhet består följaktligen av kärnaktiviteterna som ska spegla företagets legitimitet (Riberio Cunha & Mariano Moneva, 2018). Lindex arbete med hållbarhet i den dagliga verksamheten är ett steg i rätt riktning, som även visas i förändringen av kategorin.

6.2 Sociala förhållande och personalfrågor

Sociala förhållande och personalfrågor är den andra största kategorin i framställningen av hållbarhetsrapporterna. Nivåerna skiljes däremot åt mellan åren i kategorierna. I somliga företag har innehållet utvecklats mer, samtidigt som det har försämrats i andra. Antal ord i hållbarhetsrapporterna har ökat i KappAhl, Gina Tricot och Lindex. Däremot har antalet ord minskat i H&M. De lägre nivåerna har minskat i H&M och Lindex. De högre nivåerna har ökat, alltså innebär det en utveckling i innehållet. Ökningen av nivåerna kan härledas till hänsynstagandet av de interna intressenterna (Deegan & Unerman, 2011; Kaur & Lodhia, 2018).

Lagstiftningen har medfört att interna intressenternas röster har blivit mer hörda i företagen. Personal och interna intressenter har ställt större krav på företaget som har börjat arbeta med och implementerat frågor om sociala förhållande och personalfrågor (Kaur & Lodhia, 2018). Det förekommer större engagemang i beslutstagandet och företagen har visat sig mer demokratiska. Interna intressenter engagerar sig och har blivit medvetna om vilka rättigheter som gäller. Från företagets perspektiv kan det handla om att interna intressenter har fått högre

prioritet i samband med lagstiftningen (Kaur & Lodhia, 2018). Det kan även dras en parallell koppling till det sociala kontraktet som presenteras i legitimitetsteorin (De Villers & Warren, 2018). I resultatet går det tydligt att utläsa att företagen har utvecklat högre nivåer i enlighet med lagstiftningens krav, vilket bidrar till en utveckling för hela industrin. Det bidrar till att företagen har anpassat sig efter samhällets önskemål och förväntningar (Deegan & Unerman, 2011).

Ett ytterligare perspektiv av att tillämpa legitimitetsteorin är utvecklingen av de högre nivåerna är transparens (Junior, Best & Cotter, 2014). Specifikt frekvensen av nivå 5 indikerar på att företagen har blivit mer transparenta för intressenterna. Strategin kan bidra till förbättring för klädindustrin och dess rykte på ett område som varit kontroversiellt (Allen, 2016). Företagen redovisar jämförelser mellan åren vilket tyder på att de kontinuerligt påvisar de önskade resultaten för intressenterna (Junior, Best & Cotter, 2014).

6.3 Mänskliga rättigheter

Kategorin utläses som den tredje största i undersökningen. Antalet ord inom kategorin, har ökat i samtliga företagen bortsett från Lindex. I samtliga företag bortsett från Gina Tricot har nivåerna försämrats. De lägre nivåerna uppnås i större utsträckning än de högre, vilket medför att kvalitén på rapportering av mänskliga rättigheter har försämrats. Försämringen av kategorin kan bero på att företagen endast ger ut nya hållbarhetsrapporter som språklig utfyllnad för att det blivit ett krav att inkludera mänskliga rättigheter (Junior, Best & Cotter, 2014). Språklig utfyllnad framstår som att företagen har förbättrat arbetet i området även om de inte representerar relevant förändring. Följaktligen tillfredsställer det också intressenter (Freeman, 2010).

Baden och Harwoods (2013) studie tyder på liksom denna undersökning på att språket tenderar att användas som ett verktyg för utfyllnad, istället förmedlas problem och åtgärder. På grund av att nivåerna i sin helhet har påverkats negativt och de lägre nivåerna har ökat, utläses det att företagen har valt att koncentrera sig på nivå 1 och 2. Nivåerna innefattar endast omnämmande eller fåtal detaljer. Det kan anses problematiskt eftersom fastän ökningen av antal ord har resultatet blivit sämre för klädindustrin. De högre nivåerna är underrepresenterade i kategorin. Däremot kan det förklaras av att nivåerna måste innefatta numerisk information. Det kan vara

svårt att använda sig av siffror när det talas om mänskliga rättigheter utan att avhumanisera de drabbade (Baden och Harwood, 2013).

Det har skett en negativ utveckling av mänskliga rättigheter när det handlar om utförlighet och nyans i rapporterna. Samhället vill påverka företagen genom ekonomisk-, politisk- och röstande makt (Freeman 2010). Lagstiftningen strävar efter att det ska talas mer om mänskliga rättigheter, vilket kan avspegla intressenter med politisk och röstande makt. Freeman (2010) menar att det avspeglar intressenters önskemål till företagen. Intressenternas önskemål har inte uppfyllts i samma omfattning som de andra kategoriernas motsvarighet på nivåer. Gina Tricot har till skillnad från de andra företagen gjort en positiv förändring inom både antal ord och nivåer. Gina Tricot kan sägas arbetat för att uppnå det sociala kontraktet inom denna kategori.

6.4 Antikorrruption

Antikorrruption är den kategorin som visats ha låg frekvens i samtliga företag. Däremot går det att utläsa en positiv förändring för samtliga företag, där antal ord ökat och samtidigt har frekvensen på de olika nivåerna ökat. Vare sig intressenter eller företag har riktat fokus till kategorin antikorrruption. Det sker inga större förändringar, vilket kan bero på Allens (2016) teori om hantering av legitimitetsgapet. När företagen avviker från samhällets och intressenternas förväntningar, behöver de inte lida av förlusten om legitimitet. Såvida handlingarna inte anspråkslöst går vidare och om det inte uppstår offentligt missnöje. Det betyder att intressenter och samhället inte riktar missnöje mot klädindustrins bristande arbete mot korrruption. Det har därför inte skett drastiska förändringar i företagets arbete sedan varken innan eller efter lagstiftningens införande (Allen, 2016).

Som Junior, Best och Cotter (2014) samt Boström och Micheletti (2016) beskriver ska transparens inkluderas i rapporterna. Transparens innebär öppenhet om verksamhetens arbete och information om leverantörer, produktion, råvaror och material. Det går inte att utläsa någon intern transparens för de interna intressenterna. Samtidigt tar övriga intressenter inte upp ämnet, och det finns därav inget förväntat arbete. Det förbättrade resultatet indikerar på att de arbetar med antikorrruption och att de beaktas i hållbarhetsrapporterna. Det finns ingen indikation på att det fokuseras på att utveckla eller förebygga antikorrruption i samtliga rapporterna.

6.5 Klädindustrins påverkan av förändringen i ÅRL 2017

Inom hållbarhetsrapportering förklarar Deegan och Unerman (2011) graden av ansvar som ett företag bör ta sig an. Första graden beskrivs som agerandet, den andra graden handlar om hur ansvaret ska förmedlas. Efter att ha undersökt 4 av Sveriges större företag inom klädindustrin kan ett antagande göras om att företagen har uppnått andra graden av ansvar. Klädindustrin präglas av agerande inom hållbar utveckling, men bidrar också till stor miljöförstöring. Företagen använder hållbarhetsrapporterna som ett kommunikationsmedel för att nå ut till intressenter (Deegan & Unerman, 2011). Hållbarhetsrapporteringen används även för att skapa transparens, reducera legitimitetsgap, uppfylla det sociala kontraktet och förbättra företagets rykte (Riberio Cunha & Mariano Moneva, 2018; Deegan & Unerman, 2011; Allen, 2016).

Inom klädindustrin finns en stark majoritet inom miljö och sociala förhållanden/personalfrågor samtidigt som mänskliga rättigheter och antikorrupcion har en tendens att vara underrepresenterade. Resultatet från kodningen har även indikerat på föregående påstående. Trots förändringar inom kategorierna är fördelningen fortfarande miljö den ledande och vidare sociala förhållanden och personalfrågor, mänskliga rättigheter och avslutningsvis antikorrupcion. I somliga företag har skillnaden blivit större samtidigt som den blivit mindre i andra. Det förklaras med intressentmodellen. I intressentmodellen kan det enligt Deegan och Unerman (2011) intressenterna delas in i primära och sekundära. De primära intressenterna kan vara de som tillhör kategorin miljö och sociala förhållande och personalfrågor eftersom klädindustrin prioriterar de här intressenterna mest. De sekundära intressenterna inom den här industrin är de intressenter som tillhör kategorin mänskliga rättigheter och antikorrupcion.

Vidare kan det positiva perspektivet av intressentmodellen tillämpas på resultatet. Det positiva perspektivet innebär att företagen anpassar sig efter de intressenter som har makt kan påverka verksamheten. I detta fall är det staten som har makt och kan påverka verksamheten genom lagstifning (Deegan & Unerman, 2011). De svenska klädföretagen är skyldiga enligt lag att upprätta hållbarhetsrapporter. Staten är en viktig intressent som innehar makt och kan påverka företagets verksamhet och framtid. Företagen brister trots detta i statens intresse och därav även det samhälleliga intresset och förväntan på organisationen (Deegan & Unerman, 2011).

Det leder vidare till teorin om legitimitetsgap. Det kan bero på att företagen inte får respons från intressenter. Det har inom klädindustrin uppstått ett legitimitetsgap främst för kategorin

antikorruption (Allen, 2016; Deegan, 2014). De främsta anledningarna till att ett gap uppstår är att de samhälleliga förväntningarna inte är tillräckligt höga, i det här fallet antikorruption. Det går vidare att förklara problemet genom att intressenterna för antikorruption inte är tillräckligt medvetna. Klädindustrin har utvecklats inom antikorruption efter lagstiftningen, däremot är intressenterna inte lika högljudda som intressenterna inom miljö. Anledningen kan bero på att den allmänna kunskapen om antikorruption inte ofta förknippas med klädindustrin. Det är vanligare att människor kopplar exempelvis miljöförstöring samt dåliga arbetsförhållanden till klädindustrin.

Det är samhällets tankar och åsikter som spelar roll för företagen. Hållbarhetsrapportering i klädindustrin fungerar som en strategi om att förbättra ryktet. Det kan associeras till att kategorin för mänskliga rättigheter och antikorruption nämns fler antal gånger år 2018 än 2015. Det har inte skett en större förändring på väsentligheten av information på nivåerna. Mänskliga rättigheter och antikorruption nämns främst på de lägre nivåerna, antikorruption når sällan upp till de högre nivåerna. Det kan beskrivas genom att företagen försöker nå upp till de samhälleliga förväntningarna, men använder endast fler ord samtidigt som kvalitén inte förbättras (Junior, Best & Cotter, 2014). Det kan det vara ett steg i rätt riktning. Som följd av att försöka skapa tillit och lojalitet till intressenterna, samt försöka skapa ett positivt starkt rykte (Allen, 2016). Eftersom företagen nämner orden fler antal gånger, påvisas medvetenhet om att försöka arbeta med problemen fastän de inte är utvecklade enligt nivå 5. I framtiden kan lojalitet och tillit från intressenterna ses som en försäkring som skyddar från kriser/skandaler i organisationen (Allen, 2016).

Precis som Matozza, Biscotti och Mafrolla (2019) nämner framstår företagen som mer legitima i arbetet, då de tar hänsyn till intressenternas krav. Det bidrar följaktligen till att ryktet påverkas i positiv bemärkelse och att lönsamheten ökar. Det förekommer även ekonomiska förklaringar till varför företag lägger resurser på att upprätthålla hållbarhetsrapporter. En ytterligare förklaring till varför hållbarhetsrapporter framställs är enligt Allen (2016) för att förhindra vissa former av avgifter för företaget. Om något negativt sker inom företagen kan tidigare hållbarhetsinitiativ förhindra kostnaderna och företagens rykte.

Det kan finnas andra externa faktorer som kan påverka hållbarhetsrapporteringen. Nyheter och världshändelser som sker kan påverka hur mycket hållbarhetsrapporterna uppmärksammar

olika ämnen. Om det precis skett en naturkatastrof kan det leda till att hållbarhetsrapporterna också talar mer om ämnet. Media, nyheter och politik påverkar hur företagen väljer att hållbarhetsrapportera eftersom de vill ha bra respons från intressenter (Freeman, 2010).

Anledningen till att antikorrupktion och mänskliga rättigheter är underrepresenterade kan bero på att ämnena är svåra att mäta och undersöka. Det är svårt att sätta siffror på dessa kategorier. Korrupktion är en negativ aspekt som verksamheten alternativt undviker att rapportera om. Det kan också förklaras av Boström och Michelettis (2016) teori om att många klädföretag outsourcar till utvecklingsländer och har därigenom inte lika stor inblick i arbetet. Korrupktion och brott mot mänskliga rättigheter är svåridentifierade och mörkertal uppstår (Junior, Best & Cotter, 2014). Ännu en aspekt där antikorrupktion nämns och som kan skapa ifrågasättande hos intressenterna. Om varför verksamheten måste arbeta med antikorrupktion i en sådan stor omfattning.

En viktig åtanke är att företag kan precis som Lindex gå från att skriva egna hållbarhetsrapporter till att göra det gemensamt i koncernen. Lindex hade innan förändringen i lagstiftningen en egen välutvecklad hållbarhetsrapport. År 2018 har Lindex istället gjort en simpel hållbarhetsrapport på 11 sidor, där de uppmärksammar höjdpunkter från året. Däremot inkluderas de i Stockmanns hållbarhetsrapport. Det bidrar till ett försämrat resultat i undersökningen. Det blir en risk för företaget då de tillhör en av de industrier som förorenar mest (Matozza, Biscotti & Mafrolla, 2019). Det leder till att företagets legitimitet riskeras, vilket i sin tur kan påverka intressenternas tillit och lojalitet (Allen, 2016).

Givetvis finns det andra faktorer än endast lagstiftningen som är viktiga att ha i åtanke när förändringarna analyseras. I takt med att globaliseringen ökar kommer företagen expandera. Större vinster ger företagen mer kapital att disponera sig med. Mer tid och kunskap kan då läggas på hållbarhetsrapportering. Ny kunskap, aspekter och trender uppkommer och förändras med tiden.

7. Diskussion

7.1 Slutsats

Studien har påvisat förändring inom den svenska klädindustrin sedan hållbarhetsrapporteringen blev ett krav för stora företag. Företagen nämner sökorden inom kategorierna i hållbarhetsrapporter före lagstiftningen, men har sedan dess utvecklats positivt. Den generella slutsatsen är att klädindustrin inom miljö och sociala förhållanden samt personalfrågor tenderar att vara de mest omtalade. Samtidigt är mänskliga rättigheter och antikorrupcion de som nämns i betydligt mindre omfattning. Däremot har inte ett uteslutande av kategorierna upptäckts.

Den andra slutsatsen som kan utläsas är att relevansen i informationen domineras av nivåerna 1 och 2. Samtidigt tillhör de högre nivåerna; 3, 4 och 5 minoriteten. När förändringar av kategorierna inom klädindustrin skett åren 2015 och 2018 handlar det oftast om förändringar i lägre nivåer. Ju högre nivå som analyseras desto mindre förändring har skett inom nivån. Till följd av att nivå 1 och 2 förekommer mest, innebär det att omnämmandet och detaljer om problem och åtgärder tenderar att förklaras mer än i numerisk information och jämförande av tidigare årens resultat.

När antalet ord inom en kategori har minskat eller ökat har det i vissa fall inneburit att nivåerna har förändrats i motsatt riktning. Fastän en kategori ökat kan det innebära att de lägre nivåerna har ökat och de högre har minskat. Det kan anses negativt då informationen blir mindre relevant, samtidigt som antalet frekvenser ökar. Det har påvisat ett alternativt resultat, där en kategori som minskat kan bidra till att lägre nivåer minskar och de högre ökar. Det hänvisas till att informationen utvecklats och blivit mer nyanserad. En generell utveckling av hur nivåerna påverkats då kategorierna förändrats har inte kunnat utläsas. Det som kan konstateras är att de lägre nivåerna uppkommer fler gånger och har större förändring än vad de högre nivåerna har.

Sammanfattningsvis kan det utläsas att de fyra klädföretagen har förändrat och uppmärksammat kraven enligt ÅRL i hållbarhetsrapporterna. Anledningen till att företagen rapporterat alla kategorier innan lagändringen kan förklaras av att de lyckats förutse trender i enlighet med det sociala kontraktet. Företagen anses vara legitima i den aspekt där samtliga nämner alla kategorier som förväntat. Däremot är fördelningen olika omfattande i de olika kategorierna. Det kan identifieras som ett legitimitetsgap och en förklaring av att intressenter har makt och

inflytande. Legitimitetsgapet kan ses som skillnaden i storleken på de olika kategorierna och i vilken utsträckning de förklaras. Olika intressenter har varierande mycket makt och kan förklara de olika storlekarna på kategorierna. Det är även svårt att sätta siffror på mänskliga rättigheter och antikorrupktion. Kategorierna är även relativa i negativa aspekter som företag tenderar att undvika. Det går vidare att ifrågasätta om intressenterna vill att kategorierna ska vara lika fördelade. Det kan vara att det allmänna missnöjet väger tyngre på miljö och sociala förhållanden och personalfrågor jämfört med mänskliga rättigheter och antikorrupktion.

En möjlig förbättring är att företagen engagerar sig mer i de underminerande kategorierna, mänskliga rättigheter och antikorrupktion. För att möjliggöra det, måste det finnas bättre översikt av den outsourcade produktionen. Det uppstår lättare identifikation av risker i verksamheten, som företaget kan åtgärda. Därigenom kommer företagen få mer underlag som kan vidareutveckla de underminerade kategorierna i rapporterna. På lång sikt innebär det en möjlighet för åstadkommandet av de högre nivåerna. En ytterligare förbättring är att utföra en riskanalys innan antrande av en marknad. Genom överseende av risker, kan ett beslut tas om etablering ska ske eller inte. Förslagsvis kan företagen inspireras av andra branscher som också innefattas av lagstiftningen och motiveras till förbättring. Det formar företagets strategi kring hanteringen av mänskliga rättigheter och antikorrupktion, vilket indikerar på en medvetenhet som kan presenteras i rapporter. Intressenterna blir uppmärksammade av problemet och kan uttrycka åsikter om hur företaget ska vidta åtgärder. Således innebär det större transparens från företagen till intressenterna.

7.2 Bidrag

Uppsatsen har bidragit till större förståelse om hur hållbarhetsrapporteringen i den svenska klädindustrin har förändrats av lagstiftningen. Resultaten och slutsatserna har bidragit till en inblick i variationen inom miljö, sociala förhållanden och personalfrågor, mänskliga rättigheter och antikorrupktion. Uppsatsen har utvecklat kunskap om hur informationen inom hållbarhetsrapporter utvecklats på nivåer med olika relevans och nyansering. Bidraget har resulterat i ökad förståelse av förändring i informationen. Utformningen av hållbarhetsrapporter påverkas både av intressenternas makt, det sociala kontraktet och externa möjliga faktorer.

Uppsatsen har bidragit till ifrågasättande om hur transparenta företagen egentligen är i sin rapportering. Som Junior, Cotter och Best (2014) beskriver problematiken kring utlämnande av innehåll i hållbarhetsrapporteringen, kan det härledas till det icke-frekventa användandet av antikorrupktion och mänskliga rättigheter. Kategorierna är underrepresenterade jämfört med miljö samt sociala förhållande och personalfrågor. Det leder till ett icke-transparent innehåll som skapar bristande kvalitet. Innehållet ska inkludera positiva och negativa aspekter av företagets hållbarhetsarbete för att ange en rättvisande, relevant och balanserad bild av verksamhetens prestationer (Maroun, 2018).

Uteslutning av vissa kategorier kan ge intressenter falska förhoppningar om vad den realistiska hållbarhetsrapporteringen egentligen innebär (Baden & Harwood, 2017). Det skapas självrensning bland företagen och som i sin tur skapar en försämrade transparens, som bidrar till att legitimiteten försämras och verksamheten brister i förtroende för intressenter (Junior, Best & Cotter, 2014). Problematiken kring det bidrar till att bristande transparens ifrågasätts, och om hållbarhetsrapporternas åtgärder är uppfyllda eller om de endast är för att upprätthålla företagets image.

7.3 Vidare forskning

Förslag till vidare forskning är att undersöka hur hållbarhetsrapportering ser ut i de valda företagen om fem år genom liknande metoder. Samtidigt undersöka frågan om mänskliga rättigheter och antikorrupktion fortsättningsvis är de minsta kategorierna i företagen. Följaktligen kommer det visa hur trenderna i samhället har förändrats med åren. Intressenterna och företagen har blivit troligtvis blivit medvetna om problemen kring korrupktion och mänskliga rättigheter inom branschen. En jämförelse med den här studie hade kunnat göras för att utläsa i vilken riktning hållbarhetsrapportering i den svenska klädindustrin har gått.

Ett alternativt forskningsförslag är att undersöka fler antal företag. Genom att göra ett större urval av företag och därefter utföra en analys för hela branschen. På så sätt kan trender i hållbarhetsrapporteringen mellan företagen också utläsas. En tillämpning av institutionella teorin kan bidra till analys kring om överrepresentationen och underrepresentation av kategorier bero på att företagen efterliknar varandra snarare än intressenternas medvetenhet.

Undersökningen hade bidragit till vilken grad de följer lagstiftningen samt hur de har förhållit sig till trender och normer i samhället jämfört med de valda företagen i den här uppsatsen.

Med tanke på att Lindex visade en negativ utveckling i hållbarhetsrapporteringen efter lagstiftningen, kan framtida forskning undersöka hur klädföretagens hållbarhetsrapportering påverkas genom att de förvärvas i koncernen. Det är värt att undersöka om hur innehållet i rapporterna skiljer sig före förvärv, där företag har egna hållbarhetsrapporter till efter förvärv där hållbarhetsrapporten slås ihop med koncernens egna. En analys kan föras om koncernen fortfarande tar hänsyn till det förvärvade företags tidigare intressenter eller ej.

Ytterligare forskningsförslag är att undersöka endast en kategori och undersöka vilka av orden som är mest frekvent uppkommande. Även här är det intressant att göra en jämförelse mellan olika företag inom både klädbranschen och andra branscher.

Referenslista

Allen, M. (2016). *Strategic communications for sustainable organizations: Theory and practice*. Schweiz: Springer international publishing AG. [Hämtad 2019-11-14]

Amnesty. (2019). Företagsansvar. Tillgänglig online: <https://www.amnesty.se/vararattighetsfragor/foretagsansvar/> (Hämtad 2019-12-04)

Andrews, A., & Granath, B. (2016). FN-fakta Hållbar utveckling, *FN-förbundet*, vol. 2, no. 12. Tillgänglig online: <https://fn.se/wp-content/uploads/2016/08/Faktablad-2-12H%C3%A5llbar-utveckling.pdf> [Hämtad 2019-11-05]

Baden, D., & Harwood, I.A. (2013). Terminology Matters: A Critical Exploration of Corporate Social Responsibility Terms, *Journal of Business Ethics*, vol. 116, no. 3, pp. 615-627. Tillgänglig online: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-012-1498-9> [Hämtad 202-01-03]

Beck, A. C., Campbell, D., & Shrivess, P. J. (2010). Content analysis in environmental reporting research: Enrichment and rehearsal of the method in a British–German context. *The British Accounting Review*, vol. 42, no. 3, pp. 207–222.

Tillgänglig online:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0890838910000430#!> [Hämtad 2019-12-20]

Borglund, T., De Geer, H., Sweet, S., Frostenson, M., Lerpold, L., Nordbrand, S., Sjöström, E., & Windell, K. (2012). *CSR - corporate social responsibility: en guide till företagets ansvar*. Stockholm: Sanoma utbildning

Boström, M., & Micheletti, M. (2016). Introducing the Sustainability Challenge of Textiles and Clothing. *Journal of Consumer Policy*, vol. 39, no. 4, pp. 367–375.

Tillgänglig online: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10603-016-9336-6> [Hämtad 2019-12-20]

Bryman, A., & Bell, E. (2017). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. Upplaga 3.

Stockholm: Liber.

Business Sweden. (u.å). 1.2 Arbetsvillkor. Tillgänglig online:

<https://www.businesssweden.se/Export/tjanster/utbildningar-och-guider/guider-om-exportregler/csr-guiden/1.analysera-mojligheter-och-risker/arbetsvillkor/> [Hämtad 2019-12-04]

Business Sweden. (u.å). 1.4 Miljö. Tillgänglig online:

<https://www.businesssweden.se/Export/tjanster/utbildningar-och-guider/guider-om-exportregler/csr-guiden/1.analysera-mojligheter-och-risker/miljo/> [Hämtad 2019-12-04]

Business Sweden. (u.å). 1.1 Mänskliga rättigheter. Tillgänglig online:

<https://www.businesssweden.se/Export/tjanster/utbildningar-och-guider/guider-om-exportregler/csr-guiden/1.analysera-mojligheter-och-risker/manskliga-rattigheter/> [Hämtad 2019-12-04]

Claudio, L. (2007). Waste couture: Environmental impact of the clothing industry.

Environmental health perspectives, vol. 115, no. 9, pp. 448-454, Tillgänglig genom: LUSEM Library website <http://www.lusem.lu.se/library>. [Hämtad 2019-12-20]

Crinis, V. (2019). Corporate social responsibility, human rights and clothing workers in Bangladesh and Malaysia. *Asian studies review*, vol. 43, no. 2, pp. 295-312. Tillgänglig online:

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10357823.2019.1588850?src=recsys&journalCode=casr20> [Hämtad 2019-12-20]

Deegan, C. (2014). *Financial accounting theory*. Upplaga 4. Australien: McGraw-Hill education.

Deegan, C., & Unerman, J. (2011). *Financial accounting theory*. Andra europeiska upplagan. Croydon: McGraw-Hill Education.

Deloitte. (2019). Hållbarhet och företagets samhällsansvar. Tillgänglig online:

<https://www2.deloitte.com/se/sv/pages/corporate-governance0/articles/hallbarhet-ochforetagets-samhallsansvar.html#> [Hämtad 2019-11-05]

De Villers, C., & Warren, M. (2018). Sustainability accounting and integrated reporting. *Routhledge*. Tillgänglig genom: LUSEM Library website <http://www.lusem.lu.se/library>. [Hämtad 2020-01-03]

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

Emeseh, E., & Songi, O. (2014). CSR, human rights abuse and sustainability report accountability, *International Journal of Law and Management*, vol. 56, no 2, pp. 136–151. Tillgänglig online: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJLMA-01-20130001/full/html> [Hämtad 2019-12-20]

EU-direktiv 2014/95/EU Tillgänglig online: <https://eur-lex.europa.eu/legalcontent/SV/TXT/?uri=CELEX%3A32014L0095> [Hämtad 2020-01-03]

Europeiska unionens funktionssätt 2012/C 326/01 Tillgänglig online: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SV/TXT/?uri=CELEX%3AC2012%2F326%2F01> [Hämtad 2020-01-08]

Europeiska unionens stadga om de grundläggande mänskliga rättigheterna (2010/C 83/02) Tillgänglig online: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2010:083:0389:0403:sv:PDF> [Hämtad 2020-01-03]

Freeman, E.R. (2010). *Strategic management a stakeholder approach*. Cambridge: Cambridge university press. [Hämtad 2020-01-03]

Gedda, A. (2019). Barnarbete upptäckt på H&M-gruppens fabriker två år i rad, DI TV, Dagens industri (Video online). Tillgänglig online: <https://www.di.se/ditv/hallbarhet/barnarbete-upptackt-pa-hm-gruppens-fabriker-tva-ar-i-rad/?fbclid=IwAR0faMzBwWrzTWaZ48eIeQU347SaIfImzbVyPCjzmy67QXcEjUYrfjAJJA> E [Hämtad 2019-11-05]

Gina Tricot. (2015). Sustainability Report, Gina Tricot, 2015. Tillgänglig online:
https://www.ginatricot.com/cms/work/sustainability/policys/gina_hr_16_engelsk_original_160930.pdf [Hämtad 2019-11-05]

Gina Tricot (2018). Sustainability Report, Gina Tricot, 2018. Tillgänglig online:
https://www.ginatricot.com/cms/work/sustainability/policys/ha%CC%8Allbarhetsredovisning_april_2018_webb.pdf [Hämtad 2019-11-05]

Glauner, F. (2017) *Values Cockpit - Measuring and steering corporate cultures*. Springer international publishing. [Hämtad 2020-01-03]

Globala Målen. (u.å). Mänskliga rättigheter och Globala målen. Tillgänglig online:
<https://www.globalamalen.se/manskliga-rattigheter/> [Hämtad 2019-12-04]

Globala Målen. (u.å). Om Globala målen. Tillgänglig online:
<https://www.globalamalen.se/om-globala-malen/> [Hämtad 2019-11-05]

Globalportalen. (2017). Larm om barnarbete i textilindustrin. *Olof Palmes internationella center*. Tillgänglig online:
<https://globalportalen.org/artiklar/nyhet/larm-om-barnarbete-i-textilindustrin> [Hämtad 2019-12-05]

Global Reporting. (2018). GRI Standards Glossary. Tillgänglig online:
<https://www.globalreporting.org/standards/gri-standards-download-center/gri-standardsglossary/> [Hämtad 2019-12-05]

Hess, D. (2009). Catalyzing Corporate Commitment to Combating Corruption, *Journal of Business Ethics*, vol. 88, pp. 781-790. Tillgänglig online:
<https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-009-0322-7> [Hämtad 2020-01-03]

H&M. (2015). Sustainability Report, H&M, 2015. Tillgänglig online:

https://sustainability.hm.com/content/dam/hm/about/documents/en/CSR/2015%20Sustainability%20report/HM_SustainabilityReport_2015_final_FullReport_en.pdf [Hämtad 2019-11-05]

H&M. (2018). Sustainability Report, H&M, 2018. Tillgänglig online:

https://about.hm.com/content/dam/hmgroupp/groupsite/documents/masterlanguage/CSR/reports/2018_Sustainability_report/HM_Group_SustainabilityReport_2018_%20FullReport.pdf [Hämtad 2019-11-05]

Holton, V. (2005). Diversity reporting: How European business is reporting on diversity and equal opportunities, *Women in Management Review*, vol. 1, pp. 72-77. Tillgänglig online:

<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/09649420510579586/full/html>

[Hämtad 2020-01-02]

International labour organization (u.å). Conventions and recommendations. Tillgänglig online:

<http://ilo.org/global/standards/introduction-to-international-labourstandards/conventions-and-recommendations/lang--en/index.htm> [Hämtad 2019-12-04]

Junior, R.M., Best, P.J., & Cotter, J.J. (2014). Sustainability Reporting and Assurance: A

Historical Analysis on a World-Wide Phenomenon, *Journal of Business Ethics*, vol. 120, no.

1, pp. 1-11. Tillgänglig online: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-013-1637-y>

[Hämtad 2019-12-20]

Kaur, A., & Lodhia, S.K. (2018). Key issues and challenges in stakeholder engagement in sustainability reporting: A study of Australian local councils, *Pacific Accounting Review*, vol. 31, no. 1, pp. 2-18. Tillgänglig online:

<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/PAR-11-2017-0092/full/html> [Hämtad 2020-01-03]

KappAhl. (u.å). Historia. Tillgänglig online:

<https://www.kappahl.com/sv-SE/om-kappahl/om-oss/om-oss/historia/> [Hämtad 2019-11-05]

KappAhl. (u.å). Vilka vi är. Tillgänglig: <https://www.kappahl.com/sv-SE/om-kappahl/omoss/om-oss/vilka-vi-ar/> [Hämtad 2019-11-05]

KappAhl. (2015). Årsredovisning 2015 (Del 1). Tillgänglig online:

https://www.kappahl.com/globalassets/corporate/investors/annual--interimreports/20142015/kappahl_arsredovisning2015_del1.pdf [Hämtad 2019-11-05]

KappAhl. (2018). Årsredovisning 2018 (Del 1). Tillgänglig online:

https://www.kappahl.com/globalassets/corporate/investors/annual--interimreports/20172018/kappahl_2018_del1.pdf [Hämtad 2019-11-05]

KPMG. (2019). KPMGs årliga undersökning om hållbarhetsrapportering i Sverige. I vilken riktning går hållbarhetsrapporteringen? KPMG Assurance & Sustainability Services.

Tillgänglig online:

<https://home.kpmg/content/dam/kpmg/se/pdf/komm/2019/undersokning-omhallbarhetsrapportering-2019-fran-kpmg.pdf> [Hämtad 2019-11-05]

Lindex. (2015). Sustainability Report, Lindex 2015. Tillgänglig online:

<https://about.lindex.com/files/PDF/Lindex-Sustainability-Report-2015-B.pdf> [Hämtad 2019-11-05]

Lindex. (2018). Sustainability Report Lindex, 2018. Tillgänglig online:

<https://about.lindex.com/files/PDF/sustainability-report-2018.pdf> [Hämtad 2019-11-05]

Lönnroth, V. (2017). 20 år sedan sagan om Gina Tricot började, *Borås Tidning*. Tillgänglig

online: <http://www.bt.se/naringsliv/20-ar-sedan-sagan-om-gina-borjade/> [Hämtad 2019-12-05]

Maroun, W. (2018). Why organizations voluntarily report – legitimacy theory. De Villiers, C., & Maroun, W. (red.). *Sustainability Accounting and Integrated Reporting*. New York: Routledge.

Matozza, F., Biscotti, A.M., & Mafrolla, E. (2019). Financial reputation repair through environmental performance: A study of restatements in polluting industries, *Sustainability Accounting Management and Policy Journal*, vol. 10, no. 5, pp. 798-821. Tillgänglig online:

<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/SAMPJ-05-2018-0134/full/html> [Hämtad 2020-01-03]

Miljöbalken SFS 1998:808. Stockholm: Miljö- och Energidepartementet. Tillgänglig online: https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svenskforfattningssamling/miljobalk-1998808_sfs-1998-808 [Hämtad 2019-12-04]

Popescu, B. A.-C. (2015). Fast Fashion and Sustainable Supply Chain Management, *Young Economists Journal / Revista Tinerilor Economisti*, vol. 12, no. 24, pp. 29–40. Tillgänglig genom: LUSEM Library website <http://www.lusem.lu.se/library> [Hämtad 2019-12-13]

PwC. (2016). Lagstadgad hållbarhetsrapport från 2017. Tillgänglig online: <https://www.pwc.se/sv/publikationer/finansiell-rapportering/lagstadgad-hallbarhetsrapportfran-2017.html> [Hämtad 2019-11-05]

PwC. (2018). Stora brister i lagstadgade hållbarhetsrapporter: En lägesrapport hösten 2018. PrincewaterhouseCoopers i Sverige AB. Tillgänglig online: <https://www.pwc.se/sv/pdfreports/hallbar-affarsutveckling/stora-brister-i-lagstadgade-hallbarhetsrapporter-2018.pdf> [Hämtad 2019-11-05]

Ribeiro Cunha, D., & Mariano Moneva, J. (2018). The Elaboration Process of the Sustainability Report: A case study, *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, vol. 20, no. 4, pp. 533–549. Tillgänglig genom: LUSEM Library website <http://www.lusem.lu.se/library> [Hämtad 2020-01-02]

Roos, J.M. (red). (2018). Konsumtionsrapporten 2018. Göteborg: Handelshögskolan vid Göteborgs universitet. Tillgänglig online: <https://gupea.ub.gu.se/handle/2077/58484> [Hämtad 2019-12-04]

Savage, G.T., Bunn, M.D., Gray, B., Xiao, Q., Wang, S., Wilson, E.J., & Williams, E.S. (2010). Stakeholder collaboration: Implications for stakeholder theory and practice, *Journal of Business Ethics*, vol. 96, pp. 21-26. Tillgänglig genom: LUSEM Library website <http://www.lusem.lu.se/library> [Hämtad 2020-01-03]

Scherman, L. (2019). FN: Klädindustrin släpper ut mer växthusgaser än flygen. SVT Nyheter. Tillgänglig online: <https://www.svt.se/nyheter/utrikes/fn-kladindustrin-slapper-ut-mer-vaxthusgaser-an-flygen> [Hämtad 2019-12-05]

Sinclair, S. (2018). H&M: "Att alla ska ha en lön att leva på är orimligt 2018". *Svenska Dagbladet*. 10 november. Tillgänglig online: <https://www.svd.se/hm-att-alla-ska-ha-en-lonatt-leva-pa-ar-orimligt-2018> [Hämtad 2019-11-05]

Stockmann. (2018) Corporate social responsibility, CSR 2018. Tillgänglig online: http://year2018.stockmanngroup.com/pdf/Stockmann_corporate_social_responsibility_2018.pdf [Hämtad 2020-01-03]

Svenska polismyndigheten. (2019). Korruption. Tillgänglig online: <https://polisen.se/lagar-och-regler/lagar-och-fakta-om-brott/korruption/> [Hämtad 2019-12-04]

Årsredovisningslag SFS 1995:1554. Stockholm: Justitiedepartementet. https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svenskforfattningssamling/arsredovisningslag-19951554_sfs-1995-1554#K6P10 [Hämtad 2019-11-05]

Öhrlings PricewaterhouseCoopers. (2008). *Röster om transparens och hållbarhetsredovisning*. Lund: Studentlitteratur.

Bilagor

Bilaga 1

Table 2
Examples for types of disclosures 1–5.

Disclosure Type	Definition	Examples
1	Disclosure addresses issue related to category definition; pure narrative	"With us environmental protection is more than merely the fulfilment of legal requirements." (KarstadtQuelle, 2000:51) "Reckitt Benckiser is committed to running its business in a responsible, environmentally sound and sustainable manner." (Benckiser, 2000:23)
2	Disclosure addresses issue related to category and provides details; pure narrative	"We will work more closely with customers and suppliers to improve the recyclability of products and the efficiency of processes." (GKN, 2002:27). "Lufthansa is particularly committed to protecting the crane, which is the airline's emblem and an endangered species. Together with German Society for Nature Conservation (NABU) and the World Wildlife Fund Germany Lufthansa supports the national crane protection group "Kranichschutz Deutschland" which maintains a well-attended crane information and visitor centre in Groß Mohrdorf in the eastern German state of Mecklenburg-Western Pomerania." (Lufthansa, 2002:48)
3	Disclosure addresses issue related to category in numerical way; purely quantitative	"Worldwide expenditure on environmental protection and safety in the year under review totalled roughly € 42 million." (Beiersdorf, 2002: 51) "We invested £45 million in upgrading environmental standards and deploying new systems and technology." (BT, 2004:13)
4	Disclosure addresses issue related to category in numerical way, including qualitative explanations; narrative and quantitative	"The double-skin facade means that around 20% less heating energy is needed compared with regular HVAC technology, and the use of cool ground water will reduce energy requirements in summer by around 30%." (Deutsche Post, 2002: 43) "The 240 acre Community Parkland we created at our Waterside offices, out of a former refuse tip, will be fully opened this summer. We have planted 60,000 new trees, cleaned out the 3 rivers running through it and have created 12 km of pathways. Education rangers are giving lessons on environmental and conservation issues using the Parkland." (British Airways, 2000:15) "During the 2001 financial year, we reduced the amount of copier paper we purchased by 290 tonnes, largely due to increased use of e-mail and the BT intranet." (BT, 2001:27)
5	Any numerical disclosure to the category including qualitative statements demonstrating year comparisons; narrative, quantitative and comparable	"Of the provisions for reclamation, 150 million in 2002 (2001: 151 million) is for potential damages arising from former hard coal mining activities and 176 million (2001: 99 million) for those from lignite mining." (E.ON, 2002: 137) "In 2003, our operating and maintenance costs in the field of environmental protection and safety totalled €76 m (2002: €74 m)." (Schering, 2004:50) "Significant environmental incidents arising directly from the Group's activities increased from 32 (2002/03) to 46 (2003/04), principally as a result of better monitoring in our UK Gas Distribution operations." (National Grid Transco, 2004:16)

(Beck, Campbell & Shrives, 2010)

Bilaga 2

Excelblad 1

H&M 2015						
Nivå	1	2	3	4	5	SUMMA
Miljö	273	145	58	16	35	527
Social/personal	137	123	4	3	7	274
Mänskliga rättigheter	55	58	10	6	4	133
Antikorruption	21	22	0	0	0	43
					TOTALT	977
H&M 2018						
Nivå	1	2	3	4	5	SUMMA
Miljö	219	193	55	19	21	507
Social/personal	124	92	15	8	7	246
Mänskliga rättigheter	81	84	5	2	2	174
Antikorruption	23	45	1	3	0	72
					TOTALT	999
Gina Tricot 2015						
Nivå	1	2	3	4	5	SUMMA
Miljö	115	56	2	3	1	177
Social/personal	21	15	2	0	0	38
Mänskliga rättigheter	15	13	1	4	0	33
Antikorruption	5	3	0	0	0	8
					TOTALT	256
Gina Tricot 2018						
Nivå	1	2	3	4	5	SUMMA
Miljö	112	76	14	10	3	215
Social/personal	35	29	4	3	0	71
Mänskliga rättigheter	23	24	0	4	1	52
Antikorruption	12	17	0	0	0	29
					TOTALT	367
KappAhl 2015						
Nivå	1	2	3	4	5	SUMMA
Miljö	14	40	2	4	2	62
Social/personal	24	22	1	2	0	49
Mänskliga rättigheter	10	10	4	1	2	27
Antikorruption	1	2	0	0	0	3
					TOTALT	141
KappAhl 2018						
Nivå	1	2	3	4	5	SUMMA
Miljö	37	43	2	6	2	90
Social/personal	34	30	6	2	2	74
Mänskliga rättigheter	11	17	6	0	0	34
Antikorruption	5	8	0	0	0	13
					TOTALT	211
Lindex 2015						
Nivå	1	2	3	4	5	SUMMA
Miljö	188	104	15	17	4	328
Social/personal	44	28	0	2	0	74
Mänskliga rättigheter	55	37	2	3	0	97
Antikorruption	15	11	0	0	0	26
					TOTALT	525
Lindex 2018/Stockmann 2018						
Nivå	1	2	3	4	5	SUMMA
Miljö	157	63	19	12	6	257
Social/personal	36	37	2	5	5	85
Mänskliga rättigheter	36	34	0	1	0	71
Antikorruption	18	13	3	1	0	35
					TOTALT	448

Bilaga 3

Excelblad 2

H&M	2015	2018	Procentuell förändring
Miljö	527	507	-3,8
Soc. & Pers.	274	246	-10,2
Mänsk. R.	133	174	30,8
Antikorr.	43	72	67,4
Totalt	977	999	2,2
GinaTricot	2015	2018	Procentuell förändring
Miljö	177	215	21,5
Soc. & Pers.	38	71	86,8
Mänsk. R.	33	52	57,6
Antikorr.	8	29	263,5
Totalt	256	367	43,4
KappAhl	2015	2018	Procentuell förändring
Miljö	62	90	45,2
Soc. & Pers.	49	74	51
Mänsk. R.	27	34	25,9
Antikorr.	3	13	333,3
Totalt	141	211	49,6
Lindex	2015	2018	Procentuell förändring
Miljö	328	257	-21,6
Soc. & Pers.	74	85	14,9
Mänsk. R.	97	71	-26,8
Antikorr.	26	35	34,6
Totalt	525	448	-14,7

*Procentuella förändringen har avrundats till en decimal