



EKONOMI-
HÖGSKOLAN

Företagsekonomiska institutionen

FEKH69

Företagsekonomi: Examensarbete i redovisning på kandidatnivå

Vårterminen 2020

Hållbarhetsrapportering i modebranschen

En studie om fast fashion företags och slow fashion företags hållbarhetsrapporter

Alice Boogh
Kelly Thorburn
Rebecca Petersson

Handledare: Gert Paulsson

Förord

Vi vill tacka alla som på något sätt har stöttat oss under uppsatsens gång. Ett speciellt hjärtligt tack till vår handledare Gert Paulsson som har trott på oss från start, bidragit med kloka råd och ständigt uppmuntrat oss i vårt skrivande. Vi vill även tacka varandra för ett genomgående gott samarbete.

Alice Boogh

Kelly Thorburn

Rebecca Petersson

Sammanfattning

Examensarbetets titel: Hållbarhetsrapportering i modebranschen

Seminariedatum: 3 juni 2020

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

Författare: Alice Boogh, Kelly Thorburn, Rebecca Petersson

Handledare: Gert Paulsson

Nyckelord: Fast fashion, slow fashion, hållbarhetsrapport, CONI, kvalitet, hållbar utveckling, legitimitetsteori, institutionell teori, Gina Tricot, Filippa K

Syfte: Syftet med denna studie är att undersöka om fast fashion företags och slow fashion företags olika påverkan på hållbar utveckling påverkar detaljnivån på informationen i deras hållbarhetsrapporter. Syftet är även att jämföra handlingarna företagen hållbarhetsrapporterar om.

Metod: Studien har utförts med en kombination av kvalitativ och kvantitativ metod. Metoden har sin utgångspunkt i fokuserad innehållsanalys där CONI har använts för kodning av hållbarhetsrapporter. CONI är en kategoriseringsmodell som författarna har reviderat för att analysera hållbarhetsrapporter systematiskt och replikerbart. De valda studieobjekten är båda verksamma inom modebranschen, men inom två olika sub-branscher, fast fashion och slow fashion.

Teoretiska perspektiv: Till studiens teoretiska referensram valdes två välkända teorier, legitimitetsteori samt institutionell teori. Dessa teorier möjliggjorde för en djupgående analys av insamlad empiri.

Empiri: Empirin består av inhämtad och kodad information från två företags hållbarhetsrapporter. Valda hållbarhetsrapporter är från år 2018 och från företagen Gina Tricot och Filippa K.

Slutsats: Studien visar att fast fashion företags och slow fashion företags påverkan på hållbar utveckling påverkar detaljnivån på informationen i deras hållbarhetsrapporter. Filippa K, som är ett slow fashion företag med mindre negativ påverkan på hållbar utveckling, hade ett högre medelvärde enligt studiens reviderade CONI, på sin hållbarhetsrapport än Gina Tricot som är ett fast fashion företag med högre påverkan på hållbar utveckling. Studien visar även att det finns likheter och olikheter i det hållbarhetsarbete som presenteras i deras hållbarhetsrapporter.

Abstract

Title: Sustainability Reporting in the Fashion Industry

Seminar date: 3rd of June 2020

Course: FEKH69, Degree Project Undergraduate level, Business Administration, Undergraduate level, 15 University Credits Points (UPC)

Authors: Alice Boogh, Kelly Thorburn, Rebecca Petersson

Advisor: Gert Paulsson

Key words: Fast fashion, slow fashion, sustainability report, CONI, quality, sustainable development, the legitimacy theory, the institutional theory, Gina Tricot, Filippa K

Purpose: The purpose of this study is to examine if the differences between fast fashion companies' and slow fashion companies' impact on sustainable development makes an impact on the level of detail of the information in their sustainability reports. The purpose is also to compare the actions that the companies are reporting about in their sustainability reports.

Methodology: The study was conducted using a combination of qualitative and quantitative methodology. The methodology is based on content analysis where CONI has been used for coding sustainability reports. CONI is a categorization model which has been revised by the authors to analyze sustainability reports systematically and replicably. The selected study objects are both in the fashion industry, but within two different sub industries, fast fashion and slow fashion.

Theoretical perspective: Two well-known theories were chosen for the study's theoretical frame of reference: the legitimacy theory and the institutional theory. These theories enabled an in-depth analysis of collected empirics.

Empirical foundation: The empirical foundation consists of obtained and coded information from two companies' sustainability reports. Selected sustainability reports are from the year 2018 and from the companies Gina Tricot and Filippa K.

Conclusions: The study shows that the differences between fast fashion companies' and slow fashion companies' impact on sustainable development makes an impact on the level of detail of the information in their sustainability reports. Filippa K, a slow fashion company with less negative impact on sustainable development, had a higher mean value according to the study's revised CONI, on its sustainability report than Gina Tricot, which is a fast fashion company with higher impact on sustainable development. The study also shows that there are similarities and differences in the sustainability work presented in their sustainability reports.

Innehållsförteckning

1. INLEDNING	1
1.1. BAKGRUND.....	1
1.2. PROBLEMATISERING.....	3
1.3. SYFTE.....	6
2. METOD	7
2.1. ÖVERGRIPANDE METOD	7
2.2. VAL AV BRANSCH OCH FÖRETAG	7
2.3. VAL AV TEORETISK REFERENSRAM	8
2.4. LITTERATURGENOMGÅNG	9
2.5. INSAMLING AV EMPIRI - CONI.....	9
2.5.1. Steg 1: Kodning	10
2.5.2. Steg 2: Nivåskala	11
2.5.3. Steg 3: Sammanställning till en volymetrisk mätning.....	13
2.6. GENOMFÖRANDE AV REVIDERAD CONI.....	14
2.7. HUVUDKATEGORIER - CONI.....	14
2.7.1. Miljö.....	14
2.7.2. Sociala förhållanden och personal.....	15
2.7.3. Respekt för mänskliga rättigheter.....	16
2.7.4. Motverkande av korruption.....	16
2.8. METODREFLEKTION	16
2.9. RELIABILITET	17
2.10. VALIDITET	17
3. TEORETISK REFERENSRAM	18
3.1. LEGITIMITETSTEORIN	18
3.2. INSTITUTIONELL TEORI.....	20
4. INSTITUTIONALIA	21
4.1. EU-DIREKTIV.....	21
4.2. SVENSKT LAGKRAV OM HÅLLBARHETSRAPPORTERING.....	21
4.3. GLOBAL REPORTING INITIATIVE	22
5. EMPIRI	23
5.1. GINA TRICOT	23
5.1.1. Gina Tricots hållbarhetsrapport.....	23
5.2. FILIPPA K	25
5.2.1. Filippa Ks hållbarhetsrapport	25
5.3. RESULTAT AV CONI.....	27
6. ANALYS	31
6.1. TEORETISK ANALYS PÅ UTFALLET FRÅN REVIDERAD CONI	31
6.2. TEORETISK ANALYS PÅ HÅLLBARHETSRAPPORTERNA.....	32
7. SLUTSATS	35
8. DISKUSSION OCH VIDARE FORSKNING	37

KÄLLFÖRTECKNING	39
APPENDIX	45
BILAGA 1. MOTIVERING FÖR VAL AV UNDERKATEGORIER.....	45
BILAGA 2: SAMMANSTÄLLNING AV SAMTLIG DATA FRÅN CONI	46

Figurförteckning

Tabell 1: Huvudkategorier, definitioner, underkategorier samt sökord till reviderad CONI.....	11
Tabell 2: Definition av nivåerna samt exempel från hållbarhetsrapporterna.....	13
Tabell 3: Antal sökträffar per huvudkategori i vardera företags hållbarhetsrapport	27
Tabell 4: Medelvärde per huvudkategori i vardera företags hållbarhetsrapport	30
Diagram 1: Sammanställning av antal sökträffar i respektive underkategori.....	28
Diagram 2: Sammanställning av företagens fördelning av rankning för respektive huvudkategori.....	29

1. Inledning

Det inledande kapitlet introducerar klimatkrisen och de åtgärder som skett de senaste åren för att tillsammans sträva mot en mer hållbar framtid. Vidare introduceras vilken bransch studien ämnar att undersöka samt problemformuleringen och studiens forskningsgap. Till sist presenteras syfte och frågeställning.

1.1. Bakgrund

Hål i ozonlagret, Arktisisen smälter, Australien brinner, klimatkrisen är något som mer eller mindre präglade 2000-talet, och alla måste dra sitt strå till stacken för att rädda klimatet och därmed planeten. Vi lever i ett konsumtionssamhälle där mycket vill ha mer och vi konsumerar för att vi kan, snarare än för att vi behöver. Enligt Fairtrade Sverige (2017) förbrukar svenska befolkningen resurser som om vi hade fyra planeter. För att förbättra denna konsumtion och få vår planet att utvecklas i rätt takt måste det göras hållbart. Begreppet hållbar utveckling lanserades år 1981 och det var tack vare Brundtlandkommissionen och rapporten *Vår gemensamma framtid* 1987 begreppet fick internationell spridning (Förenta Nationerna, 2019a). Hållbar utveckling definieras som ”en utveckling som tillfredsställer dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillfredsställa sina behov” och har blivit allt mer omdebatterat (Nationalencyklopedin, u.å. u.s.). Hållbar utveckling består av tre dimensioner; ekonomisk, ekologisk och social hållbarhet där ett samspel mellan dimensionerna krävs för att uppnå en långsiktig och global hållbar utveckling (Andrews & Granath, 2016).

I september år 2000 togs ytterligare ett kliv framåt för hållbar utveckling när världens ledare för första gången enades om en gemensam agenda för den globala utvecklingen, som kom att kallas Millenniemålen och skulle vara uppnådd 2015 (Unicef, u.å.). Den första januari 2016 ersattes Millenniemålen av Globala målen, en ny agenda som ska bidra till en socialt, ekonomiskt och miljömässigt hållbar utveckling (Förenta Nationerna, 2019b). De globala målen är en sammanställning av 17 mål som tillsammans ska leda till en förbättrad och mer hållbar värld med en större omfattning än de tidigare Millenniemålen. De 17 målen är tillsammans avsedda att avskaffa extrem fattigdom, att minska ojämlikheter och orättvisor, att främja fred och rättvisa samt

att lösa klimatkrisen (United Nations Development Programme, 2015). Vid framställandet av målen var de tre dimensionerna av hållbarhet en viktig utgångspunkt för att nå en rättvis och hållbar utveckling som gynnar alla. Agenda 2030 är avsedd för alla människor, gäller för alla länder och kräver ett gemensamt arbete för att målen ska uppnås. Eftersom målen gäller för alla länder, fattiga som rika, i-land som u-land, är Agenda 2030 den första utvecklingsagendan som inkluderar världens alla länder oavsett eventuella förutsättningar (Förenta Nationerna, 2019b).

Vidare har denna utveckling av hållbarhet drivit fram ett direktiv från EU med en bakomliggande tanke om att öka transparensen och jämförbarheten. År 2014 antog Europaparlamentet och Rådet det nya direktivet 2014/95/EU som ska implementeras i samtliga medlemsländer men det är upp till varje medlemsland att utforma hur det skall göras i det egna landet. Sveriges implementering av EU direktivet blev att revidera Årsredovisningslagen 1995:1554 (ÅRL), som trädde i kraft från och med kalenderåret 2017, så att företag över en viss storlek måste göra en hållbarhetsrapport. En hållbarhetsrapport visar hur ett företag tänker och arbetar med att försöka bedriva sin verksamhet så hållbart som möjligt.

I takt med att hållbarhet har blivit ett allt mer omtalat ämne har klädindustrin kritiserats för sin ohållbara livscykel och dess negativa påverkan på hållbar utveckling. Vid ett flertal tillfällen har klädföretag anklagats för inhumana arbetsvillkor, främst i samband med produktionsfasen. Denna kritik är mest riktad mot de företag som har en väldigt kort livscykel på sina produkter och kan producera kläder på rekordkorta tider. De företag som gör detta kallas för fast fashion företag och är precis som det låter, snabbt mode. Processer som förr tog flera månader är nu komprimerade till endast veckor, men, i denna snabbspolning påverkas många andra delar negativt (Kozlowski, Bardecki & Searcy, 2012). Motsatsen till detta kallas slow fashion och syftar istället på att ha tidlösa kläder med hög kvalitet så att livscykeln blir längre (McNeill & Snowdon, 2019). Kläderna kan därmed tänkas uppfylla definitionen av hållbar utveckling bättre än fast fashion, genom att äventyra kommande generationers möjlighet att tillfredsställa sina behov så lite som möjligt.

1.2. Problematisering

I takt med samhällets ökade medvetenhet om klimat och sociala frågor och införandet av lagen om hållbarhetsrapportering, ställs det krav på företag och deras sätt att bedriva sin verksamhet. Många företag använder hållbarhetsrapportering som ett försök med att uppfattas legitima av sina intressenter, speciellt när det gäller deras sociala och miljömässiga prestation, vilket diskuteras i den vetenskapliga artikeln *Sustainability Reporting and Assurance: A Historical Analysis on a World-Wide Phenomenon* (Junior, Best & Cotter 2014). Uppfattningen om ett företag är legitimt eller inte skiljer sig åt från person till person och intressent till intressent. Higgins och Walker (2012) undersökte hur företag använde sig av övertalningsstrategier i sina hållbarhetsrapporter för att påverka sociala externa aktörer i deras agerande. De menar att övertygande strategier och sättet företag väljer att uttrycka sig på i sina hållbarhetsrapporter underlättar förståelsen för läsarna och hjälper företagen att uppfattas på det sätt som de vill. Vidare påpekar de även att stor vikt ligger i vad företaget väljer att rapportera om, samt att det är minst lika viktigt hur informationen väljs att kommuniceras (Higgins & Walker, 2012).

Trots denna ökade medvetenhet om hållbar utveckling har klädindustrin vuxit drastiskt (Butt, 2019). Därmed är livscykeln för produkterna omfattande och samtliga faser, såsom produktion, distribution och bortscaffande, lämnar fotspår på vår planet. En del effekter som livscykeln bidrar med är negativa konsekvenser som kan kategoriseras inom den miljömässiga aspekten av hållbar utveckling (Goworek, Oxborrow, Claxton, McLaren, Cooper & Hill, 2018). World Wildlife Fund (2020) menar att det krävs 20 000 liter vatten för att producera ett kilo bomull och Conca (2015) skriver att klädindustrin står ansvarig för tio procent av allt koldioxidutsläpp i världen. Samtidigt är det en enorm ansträngning på den sociala aspekten av hållbar utveckling då produktionsfasen ofta är outsourcad till utvecklingsländer på grund av ekonomiska fördelar. De anställda på produktionerna arbetar inhumana arbetstimmar för ett belopp som understiger en levnadsstandard. Vidare är säkerheten på arbetsplatserna ofta bristfällig, detta bevisades tydligt när en stor produktionslokal i Bangladesh kollapsade 2013 och över 1000 anställda miste livet (Fair Action, 2020). Tidigt i textiliernas livscykel befinner sig bomullsplantagen, även detta är ett moment där sociala förhållanden ignoreras. Bomullsfarmerna ägs av godsherrar som anlitar flera familjer under de sju månader långa bomullssäsongerna. Dessa familjer, inklusive barnen, förväntas arbeta alla dagar i veckan vilket leder till att barnen inte har möjlighet att gå i skolan. Bortsett från de långa

arbetspassen är även arbetsmiljön farlig för familjerna. Bomullsplantorna besprutas med gift som en människa skulle bli dödssjuk av om den utsattes för en koncentrerad droppe (Brandão Jönsson, 2017). Även Boström och Micheletti (2016) skriver om utmaningar klädindustrin står inför i artikeln *Introducing the sustainability challenge of textiles and clothing*. Författarna menar att industrin har ett stort samhällsansvar när det gäller bland annat klimatförändringar, vattenbrist och mänskliga rättigheter. På grund av att många företag inom klädindustrin outsourcar delar av deras produktion kan det uppstå en problematik i att ha kontroll över de olika produktionsfabrikerna. Vidare menar författarna att företagen som verkar inom industrin bör öka sin transparens för att kunna uppfattas som legitima av deras intressenter.

Problemet med denna blomstrande klädindustri är, som tidigare nämnt, att den inte kan anses vara hållbar. Roos och Larsson (2018) skriver om en livscykelanalys genomförd av naturvårdsverket där rapporten beräknade volymen utsläpp av växthusgaser i Sverige mellan åren 2000–2007 i klädindustrin. Ur denna rapport går att utläsa att växthusgasutsläppen 2007 till följd av denna industri var 4,2 miljoner ton koldioxidekvivalenter. Klädindustrin är med andra ord en stor bov vad gäller världens hållbara utveckling. Kozłowski, Bardecki and Searcy (2012) skriver om detta i sin artikel *Environmental Impacts in the Fashion Industry A Life-cycle and Stakeholder Framework* där de kommer fram till att det är viktigt för företag att identifiera sina intressenter samt deras intressen och ansvarstagande för att utveckla och implementera de mest lämpliga strategierna. Konsumenter är nu, mer än någonsin, medvetna om klädproduktionens negativa påverkan på miljön, och även den negativa arbetsmoral och etik som förekommer. I artikeln *Slow fashion – Balancing the conscious retail model within the fashion marketplace* skriver McNeill och Snowdon (2019) om de centrala barriärerna och sätt att finna de bästa strategierna för slow fashion företag att ta sig förbi dessa och etablera sig på marknaden. Trots att slow fashion företagen erbjuder konsumenterna ett mer hållbart alternativ gällande konsumtion av kläder, går det inte att sticka under stolen med att deras utbud ofta är inte är lika brett, det är dyrare och det erbjuder inte det senaste modet på samma sätt som ett fast fashion företag.

Under tiden klädindustrin har vuxit, har den även påverkats väldigt mycket av olika trender. Industrin har gått från att tillverka kläder till fyra olika säsonger under ett år, till att ständigt anpassa sig till nya trender på grund av ett samhälle som präglas av kontinuerlig konsumtion av nya kläder

och ständig bortskaffande av gamla. Parallellt med detta har begreppet fast fashion vuxit fram (Kozlowski, Bardecki & Searcy, 2012). Fast fashion definieras enligt Cambridge Dictionary (2020 u.s.) som “clothes that are made and sold cheaply, so that people can buy new clothes often”. Det innebär att företag som bedriver fast fashion ständigt och kontinuerligt tar in nya kläder i sina butiker som följer de senaste trenderna. Detta gör de så att konsumenterna ska känna att de saknar plagg i garderoben och därav måste köpa nya. Med andra ord bedriver ett klädföretag fast fashion när de anpassar sig till nya trender och ser till att de nya trenderna snabbt finns i företagets utbud. Detta beteende hos företag påverkar två olika dimensioner i hållbar utveckling negativt, den ekologiska och den sociala. Tidigare i studien har det fastställts att fast fashion är miljöfarligt då bland annat produktionen kräver många liter vatten. Dock finns det även fler parametrar att ta hänsyn till. Under produktens livscykel befinner sig långa transporter som släpper ut avgaser samt plast från polyester som släpps ut i naturen. Det som karakteriserar fast fashion som en större hållbarhetsbov i jämförelse med slow fashion är för att de producerar i större kvantiteter och i en snabbare takt.

Slow Fashion är ett mindre omtalat ämne som ännu inte har en bestämd definition likt fast fashion. Däremot finns det en del forskning inom området där det framgår att slow fashion strävar efter att vara tidlösa och ha hög kvalitet på kläderna. McNeill och Snowden (2019, s.216) beskriver slow fashion som följande: “In general terms, and from a consumer perspective, purchasing less frequently, in less volume, and from upper to mid-range fashion brands, fits within the overarching slow fashion ethos of selecting longevity and quality over price and ‘newness’”. De betonar att ett plagg som kan identifieras med slow fashion ska vara ett plagg som har en lång livslängd snarare än att vara trendigt. Med andra ord ska företag producera kläder som tål att användas under en lång period, dels i kvaliteten, och dels i att vara tidlösa i stilen. Då även slow fashion befinner sig i modebranschen och således i klädindustrin har de även en påverkan på hållbar utveckling. Däremot inte i lika stor utsträckning som fast fashion då kontinuerlig konsumtion inte är målet. Därav blir produktionen inte lika omfattande och därmed inte heller påverkan.

Forskning kring fast fashion och slow fashion har påbörjats och hållbarhetsrapportering har blivit ett aktuellt ämne i och med införandet av lagen 2016. Fast fashion företag och slow fashion företag skiljer sig åt i hur de positionerar sig på marknaden samt hur livscykeln ser ut för deras produkter,

vilket leder till att deras påverkan på hållbar utveckling är olika. Däremot följer de samma lagkrav gällande hållbarhetsrapportering. Detta väcker frågor kring om denna olikhet, i deras påverkan på hållbar utveckling, medför att företagen rapporterar olika detaljerat om deras hållbarhetsarbete och om företagen rapporterar om olika handlingar. Detta forskningsgap ämnar författarna att fylla i denna studie, därav formulerades följande frågeställningar:

- Innehåller fast fashion företags och slow fashion företags hållbarhetsrapporter olika detaljerad information?
- Vilka likheter och olikheter finns det i fast fashion företags och slow fashion företags hållbarhetsarbete som presenteras i deras hållbarhetsrapporter och kan utfallet förklaras med legitimitetsteorin samt institutionell teori?

1.3. Syfte

Syftet med denna studie är att undersöka om fast fashion företags och slow fashion företags olika påverkan på hållbar utveckling påverkar detaljnivån på informationen i deras hållbarhetsrapporter. Syftet är även att jämföra handlingarna företagen hållbarhetsrapporterar om.

2. Metod

I studiens andra kapitel presenteras metodvalet samt tillvägagångssättet. Det övergripande metodvalet av CONI återberättas utförligt. Vidare visas de valda huvudkategorierna samt underkategorierna för modellen. Kapitlet redogör även de valda företagen. Till sist beskrivs kritik till de valda metoderna samt en diskussion kring reliabilitet samt validitet förs.

2.1. Övergripande metod

Studien har utförts med en metod som är både kvalitativ och kvantitativ. Valet av metod är fokuserad innehållsanalys med utgångspunkt i CONI som har använts för kodning av innehållet (Jonnergård, 2020). Hållbarhetsrapporter är de dokument som systematiskt och replikerbart har analyserats (Bryman & Bell, 2017). Hållbarhetsrapporterna och informationen företagen har valt att dela med sig av i dessa har varit studiens empiriska underlag. Studien har därmed enbart undersökt och analyserat den information som återfinns i företagens hållbarhetsrapporter. Ingen vidare undersökning har gjorts för att säkerställa vilka handlingar eller påståenden i hållbarhetsrapporterna som har genomförts. Den valda forskningsstrategin kvantifierar innehållet ur hållbarhetsrapporterna med hjälp av förutbestämda huvudkategorier valda av författarna. Kvantifieringen sker objektivt och systematiskt. CONI valdes för att den är utformad för att användas vid analys av hållbarhetsrapporter. Den resulterar i en sammanställning av innehållet i hållbarhetsrapporter som anses vara lämplig för studiens område. För att komplettera CONI samt dess kvantitativa resultat och därmed få en klarare bild av hur hållbarhetsrapporterna förhåller sig till varandra, har även ytterligare sekundärdata samlats in från hållbarhetsrapporterna. Rapporten har utförts med en induktiv ansats då teori kommer att utvecklas med den insamlade kvantitativa data (Bryman & Bell, 2017).

2.2. Val av bransch och företag

Modebranschen har varit uppsatsens utgångspunkt med specifikt fokus på svenska företag som antingen bedriver fast fashion eller slow fashion, två sub-branscher inom modebranschen. Vidare har en jämförelse gjorts av företagens hållbarhetsrapporter. Modebranschen valdes som inriktning för uppsatsen i första hand för att avspegla författarnas intresse, men även för att det är en bransch som står i fokus i dagens samhälle och har stor påverkan på hållbar utveckling (Choi, Cai & Shen,

2019). Valet att undersöka modeföretagen ur ett hållbarhetsperspektiv möter även det författarnas intressen samt den aktuella rådande diskussionen om den globala hållbara utvecklingen i världen. Modebranschen är en stor del av klädindustrin som är en stor bov när det kommer till den ekologiska negativa påverkan på planeten samtidigt som den har en stor ekonomisk påverkan och är en bransch där även sociala frågor står i fokus eftersom barnarbete och omoraliska arbetsförhållanden förekommer. Detta gör modebranschen till en lämplig bransch för denna undersökning, eftersom den har stor påverkan på hållbar utveckling.

Företagen som valts att studera är Gina Tricot och Filippa K som båda är verksamma inom den svenska modebranschen och därmed följer samma lagstiftning. Företagen är två allmänt kända modeföretag i Sverige med olika inriktningar vad gäller deras affärsidéer. En valid jämförelse kan därför göras med tanke på att företagen verkar inom samma bransch och i samma land. Företagen valdes för att en jämförelse mellan ett fast fashion företag och ett slow fashion företag skulle göras. Gina Tricot fokuserar på att ständigt lansera nya, trendiga plagg och tiden från att en designer har ritat ett plagg till att det finns i butiken kan vara endast två veckor, därmed kan Gina Tricot anses vara ett fast fashion företag (Gina Tricot, u.å.a). Filippa K (2020), fokuserar å andra sidan på att deras kläder ska vara av hög kvalitet med klassisk design samt uppmuntrar till en medveten konsumtion, vilket innebär att företaget kan anses vara ett slow fashion företag. För att kunna göra en så välgrundad jämförelse som möjligt valdes två företag av jämlig storlek sett till omsättning. Dessutom måste båda företagen hållbarhetsrapportera enligt lagkravet, då de har en balansomslutning på mer än 175 miljoner kronor och en nettoomsättning på mer än 350 miljoner kronor (Allabolag, 2020a; Allabolag, 2020b).

2.3. Val av teoretisk referensram

Legitimitetsteorin och institutionell teori valdes som uppsatsens teoretiska utgångspunkt på grund av att de ansågs vara relevanta till studiens fokusområde hållbarhetsrapportering. Enligt Dowling och Pfeffer (1975) kan företag använda kommunikation som ett verktyg, inom legitimitetsteorin, för att försöka uppfattas som mer legitima. Att hållbarhetsrapportera kan därmed tänkas vara ett exempel på ett sådant kommunikationsverktyg. Med tanke på att båda företagen verkar inom en bransch som har stor negativ påverkan på hållbar utveckling ansågs legitimitetsteorin vara en intressant utgångspunkt vid analys av företagens hållbarhetsrapporter. Institutionell teori förklarar

varför företag inom samma bransch tenderar att agera likartat (Deegan & Unerman, 2011). Eftersom uppsatsens undersökta företag verkar inom samma bransch kan företagen därmed tänkas hållbarhetsrapportera av samma anledning och om likartade institutionella handlingar, och detta kan förklaras med hjälp av den institutionella teorin.

2.4. Litteraturgenomgång

Inledningsvis genomfördes en litteraturgenomgång för att undersöka vad som tidigare skrivits om ämnet och då användes databaserna LUBsearch, Google scholar och Scopus. Dessutom resulterade litteraturgenomgången i information om vilka metoder som tidigare har tillämpats på området (Bryman & Bell, 2017). Vid sökningen av tidigare forskning och relevanta vetenskapliga artiklar användes bland annat sökorden hållbarhet, sustainability, hållbar utveckling, sustainable development, fast fashion, slow fashion, CONI, legitimitetsteorin och institutionell teori. För att säkerställa att de vetenskapliga artiklarna var av god standard valdes artiklar som blivit kvalitetsgranskade (peer reviewed), vilket innebär att artiklarna har blivit granskade innan publicering av akademiska bedömare med expertkunskap inom området artikeln har behandlat (Bryman & Bell, 2013). Ytterligare ett sätt att säkerhetsställa att artiklarna var av god kvalitet var att använda databasen Scopus. Scopus har en funktion som visar antalet gånger en artikel har blivit refererad till. Antalet gånger en artikel har blivit refererad till ger en indikation på att artikeln är tillförlitlig. Vidare användes boken *Financial Accounting Theory*, skriven av Deegan och Unerman 2011, som ett komplement vid inhämtning av information till teoriavsnittet. Boken behandlar bland annat legitimitetsteorin och institutionell teori, vilka är de teoretiska utgångspunkterna i uppsatsen.

2.5. Insamling av empiri - CONI

För att kunna genomföra en innehållsanalys av de utvalda företagens hållbarhetsrapporter användes CONI. CONI utvecklades av Beck, Campbell och Shrives (2010) och står för Consolidated Narrative Interrogation. Modellen är konstruerad för att kunna komprimera, kategorisera och sammanställa innehåll i hållbarhetsrapporter till hanterbar och jämförbar data samt möjliggöra för både en kvantitativ och en kvalitativ analys av innehållet. Den kvantitativa delen av metoden, även kallad den mekaniska delen, används för att kunna mäta hur många gånger ett visst ord uppkommer i det valda materialet. Metodens kvalitativa del, vilken benämns som den

förklarande delen, används för att kunna analysera ordets kontext och hur utförligt det står skrivet om ordet. Modellen är uppdelad i tre steg, som genomförs i kronologisk ordning och kommer att förklaras stegvis nedan (Beck, Campbell & Shrives, 2010).

2.5.1. Steg 1: Kodning

Första steget i CONI är att välja huvudkategorier som är relevanta för studien och innehållet i hållbarhetsrapporter. Därefter bestäms underkategorier och sökord kopplade till de kategorierna för att kunna fånga upp all relevant information. Den ursprungliga versionen av CONI består av 12 huvudkategorier, som i sin tur är uppdelade i totalt 48 underkategorier. Syftet med kategoriseringen är att underlätta genomförandet av sökningen efter relevant information och därefter kunna analysera hållbarhetsrapporternas innehåll. Till följd av detta kan resultatet tydligt sammanställas (Beck, Campbell & Shrives, 2010).

För denna uppsats har en reviderad CONI använts, då modellen har anpassats för att på bästa sätt kunna uppnå uppsatsens syfte. Enligt Bolagsverket ska ett företags hållbarhetsrapport förse läsaren med information gällande följande områden; miljö, sociala förhållanden, personal, respekt för mänskliga rättigheter samt motverkande av korruption (Bolagsverket, 2019). Med utgångspunkt i detta har fyra huvudkategorier valts till denna uppsats; Miljö, Sociala förhållanden och personal, Respekt för mänskliga rättigheter samt Motverkande av korruption. Områdena sociala förhållanden och personal valdes att slås samman till en och samma huvudkategori, då det var otydligt på vilket sätt dessa annars skulle särskiljas i detta arbete. Till de fyra huvudkategorierna valdes sedan 19 underkategorier och sammanlagt 22 sökord för att täcka innehållet i hållbarhetsrapporterna sett till de valda huvudkategorierna. Sökorden är på engelska då hållbarhetsrapporterna är skrivna på det språket. Se tabell 1 för författarnas kategorisering till den reviderade CONI samt bilaga 1 för motiveringar till underkategorierna, med utgångspunkt i EU-direktivet för hållbarhetsrapportering och Global Reporting Initiative.

Huvudkategori	Definition	Underkategori	Sökord
Miljö	Miljöpåverkan vid global uppvärmning	Bomull	Cotton
		Vatten	Water
		Föroreningar	Pollut*/Emission
		Energiförbrukning	Energy
		Koldioxid	Carbon*/Co2
		Transport	Transport*
		Återvunnet material	Recyc*
		Användning av plast	Plastic
Sociala förhållanden och personal	Sociala förhållanden på arbetsplats samt personalens diversifiering och arbetsförhållanden	Jämnställdhet	Gender
		Mångfald	Divers*
		Bekämpning av diskriminering	Discriminat*
		Hälsa och säkerhet	Health*/Secur*
		Arbetsvillkor	Condition
		Arbetsdag	Hour*
		Lön	Wage
Respekt för mänskliga rättigheter	Mänskliga rättigheter på arbetsplats	Mänskliga rättigheter	Rights
		Bekämpning av barnarbete	Child
		Bekämpning av människohandel	Forced/Bonded
Motverkande av korruption	Arbete mot korruption som bedrivs av företaget	Bekämpning av korruption	Corrupt*

Tabell 1: Huvudkategorier, definitioner, underkategorier samt sökord till reviderad CONI

2.5.2. Steg 2: Nivåskala

Efter att ha valt ut lämpliga kategorier för undersökningen innebär det andra steget att bedöma innehållsnivån av informationen som sorterats ut. Enligt CONI finns en nivåskala från 1–5 som används för att karaktärisera graden av innehåll i sökträffarna, med andra ord i vilket sammanhang sökordet förekommer och hur mycket information detta ger läsaren. Detta steg innebär en kvalitativ undersökning av de valda sökorden, där nivå 5 är den mest utförliga nivån. CONI presenterar även en sjätte nivå, nivå 0, vilken innebär att sökordet förekommer i ett annat sammanhang. Nivå 1 innebär att informationen endast är beskrivande, men innehållet säger inte läsaren särskilt mycket då det endast ges få detaljer och täcker inte all fakta. Nivå 2 är även den endast beskrivande men innebär att informationen står i en mer detaljerad kontext och ger en bredare förståelse och tydlighet för läsaren. Nivå 3 däremot innebär att informationen är presenterad kvantitativt och bidrar endast med numerisk information. Nivå 4 innebär att informationen är både detaljerat beskriven med ord och siffror och bidrar med ett utförligt innehåll. Nivå 5, vilket är den sista nivån, innebär samma innehåll som nivå 4, adderat att siffrorna i

kontexten innehåller en jämförelse med tidigare år i form av en trend, ett mål eller ett genomsnitt (Beck, Campbell & Shrives, 2010).

Vid arbetet att utvärdera de 22 valda sökorden användes till denna studie de fem nivåerna enligt beskrivningen ovan. Se tabell 2 nedan för nivåernas definitioner och exempel. Den sjätte nivån, nivå 0, har inte använts i denna studie och kommer därmed inte presenteras. Om sökordet visade sig stå i en annan kontext än den valda underkategorin räknades ordet bort och blev inte utvärderat. Nivå 5 är den nivå som innebär att läsaren får mest utförlig och detaljerad information och är därmed denna uppsats definition på högsta möjliga kvalitet. Med andra ord innebär kvalitet att sökorden i hållbarhetsrapporten rankas till så hög nivå som möjligt. När sammanställningen och rankningen av alla sökträffarna var gjord beräknades medelvärden ut både totalt och per huvudkategori. Detta för att resultatet i innehållsanalysen skulle bli jämförbart, eftersom högre nivå på sökträffarna innebär högre kvalitet som i sin tur innebär att högst medelvärde resulterar i högst kvalitet.

Nivå	Definition	Exempel
1	Information relaterad till kategorin är endast beskrivande. Få detaljer ges.	“Processing of textile products has a significant environmental impact. Consumption of water , chemicals and energy is high throughout the entire process” (Gina Tricot, 2019, s.51).
2	Information relaterad till kategorin är beskrivande med detaljer vilket förklarar mer ingående vad som menas.	“The biggest social risks in the industry are that workers do not have fair working conditions in factories we are buying from, for instance working hours that are too long, not getting paid a living wage, or not having the right to freedom of association.” (Filippa K, 2019, s.9).
3	Information relaterad till kategorin presenteras kvantitativt, endast numeriskt information ges.	“...and during 2018, 20% of the purchased polyester was made of recycled polyester” (s.68 Filippa K, 2019, s.68).
4	Information relaterad till kategorin presenteras kvantitativt och beskrivande vilket ger mer detaljer om vad som menas.	“Extending the life of clothing by an extra nine months of active use would reduce carbon , waste and water footprints by around 20-30% each.” (Filippa K, 2019, s.30).
5	Information relaterad till kategorin presenteras beskrivande, kvantitativt och med jämförelsedata från tidigare år vilket gör informationen väldigt detaljrik och förklarande.	“The wages paid in the RMG, Ready-Made-Garment, sector during 1994 was 940 BDT, meaning that in 24 years the increase has been 7,060 BDT which is a 751 % increase.” (Gina Tricot, 2019, s.18).

Tabell 2: Definition av nivåerna samt exempel från hållbarhetsrapporterna

2.5.3. Steg 3: Sammanställning till en volymetrisk mätning

Det sista och tredje steget i CONI är en volymetrisk mätning. Den data som är insamlad i de olika kategorierna genomgår en kvantitativ undersökning och mäts efter frekvens. Syftet med denna mätning är att uppfatta i vilken omfattning de olika kategorierna uppkommer i rapporterna. Detta ger upphov till att kunna avgöra vilken kategori som har högst fokus. Sammanställning av antal ord presenteras slutligen i ett diagram.

2.6. Genomförande av reviderad CONI

För att kunna göra en så relevant undersökning som möjligt har data hämtats från de två företagens senaste hållbarhetsrapporter, det vill säga från år 2018. Företagens hållbarhetsrapporter hämtades från respektive företags hemsidor och sparades sedan som en PDF-fil. Därefter öppnades filerna med programmet Förhandsvisning version 10.14 och ett Excel-ark skapades för att kunna sammanställa den insamlade data. Sedan skrevs ett sökord i taget in i sökfunktionen som togs fram med hjälp av kortkommandot "command + f", för att på det mest effektiva och pålitliga sättet räkna antalet sökträffar per sökord. Till sökorden med flera relevanta ändelser användes en asterisk (*) i kombination med ordet, exempelvis recyc*. Programmet visade antal träffar för ordet i dokumentet, och resultaten sammanställdes i Excel-arket. När alla träffar på sökorden var räknade gick författarna tillsammans igenom varje sökträff på samtliga sökord för att ranka dessa enligt nivåskalan 1-5 som presenterades tidigare, där nivå 1 innebär minst detaljerad information och därmed lägst kvalitet och nivå 5 innebär mest detaljerad information och därmed högst kvalitet. Detta innebar att denna delen av metoden bestod av en analytisk del, där författarna tillsammans diskuterade och karakteriserade vilka sammanhang och förklaringar som gjorde att ordet rankades till respektive nivå. Eftersom sökfunktionen räknar alla sökträffar som matchar ordet hände det att irrelevanta träffar blev medräknade. Detta korrigerades av författarna när de manuellt räknade varje sökträff. Visade det sig att ordet förekom i ett sammanhang som var utanför kategorins ramar så räknades ordet bort från sammanställningen i Excel och ordet rankades inte.

2.7. Huvudkategorier - CONI

Som tidigare nämnts bygger hållbar utveckling på tre dimensioner; ekologisk, ekonomisk och social hållbarhet (Andrews & Granath, 2016). Huvudkategorin miljö representerar den ekologiska delen av hållbar utveckling, medan de tre andra huvudkategorierna representerar den sociala hållbarheten. Den ekonomiska dimensionen täcks inte av hållbarhetsrapporterna utan av företagens årsredovisningar, och kommer därför inte tas upp i någon huvudkategori eftersom det endast är hållbarhetsrapporter som granskats för denna uppsats.

2.7.1. Miljö

Huvudkategorin miljö behandlar all aktivitet och alla frågor som berör verksamhetens påverkan på miljön, deras resursanvändning och avfallshantering. Med andra ord, de aktiviteter som bidrar

till den globala uppvärmningen och därmed har en negativ påverkan på miljön. Global Reporting Initiative, GRI, är en oberoende internationell organisation som banar vägen för företags hållbarhetsrapportering. Med hjälp av intressenters åsikter har de utvecklat manualer för vad företag bör och även förväntas belysa i sina hållbarhetsrapporter (Global Reporting Initiative, u.å.a). Med hjälp av GRI:s riktlinjer för företag verksamma i textilbranschen, samt EU-direktivet för hållbarhetsrapportering, valdes till detta arbete de nio underkategorier som presenterats tidigare i tabell 1.

Som tidigare nämnts presenterade World Wildlife Fund (2020) att det krävs 20 000 liter vatten för att producera ett kilo bomull, och som Conca (2015) skrev att klädindustrin står för 10 procent av världens koldioxidutsläpp. Därför blev bland annat underkategorierna vatten, bomull, koldioxid och energiförbrukning relevanta för huvudkategorin. Eftersom textilindustrin bidrar med stora avtryck på den ekologiska hållbarheten blev denna huvudkategori störst sett till antal underkategorier och sökord. Det finns mycket som behöver förändras för att minska branschens miljöpåverkan. Åtgärder som inte innebär att konsumtionen behöver minska är att kläder, material och textilier återvinns och återanvänds, att transporterna av produkterna förändras och att plastanvändningen minskas. Därför blev även dessa ord, återanvändning, transport och plasthantering, underkategorier för huvudkategorin miljö.

2.7.2. Sociala förhållanden och personal

Huvudkategorin berör de aktiviteter och åtgärder som behandlar sociala frågor i anknytning till hela värdekedjan, från det att bomull utvinns till den färdiga produkten blir köpt av kund. Detta innefattar allt som har att göra med de anställdas arbetsvillkor, arbetsplats och hur de behandlas. Underkategorierna valdes ut med hjälp av EU-direktivets riktlinjer för vad som bör ingå i en icke-finansiell rapport. De rekommenderar att sociala och personalrelaterade frågor bör beröra bland annat arbete för att säkerställa jämställdhet, arbetsvillkor och säkerhet på arbetsplatsen (2014/95/EU). Med ytterligare utgångspunkt från GRI:s riktlinjer för framställandet av hållbarhetsrapporter för företag verksamma i textilbranschen valdes följande sju underkategorier; jämställdhet, mångfald, bekämpning av diskriminering, hälsa och säkerhet, arbetsvillkor arbetstid och lön.

2.7.3. Respekt för mänskliga rättigheter

Denna huvudkategori är mer preciserad och behandlar frågor relaterade till mänskliga rättigheter. Både Global Reporting Initiative, GRI, (2013) och EU-direktivet 2014/95/EU skriver i sina riktlinjer att detta är ett område som bör beröras i företagens hållbarhetsrapporter, och som tidigare nämnts förekommer sociala övertramp i klädindustrin. Bekämpande av mänskliga rättigheter, bekämpande av barnarbete och bekämpande av människohandel är de tre underkategorier som valt för denna huvudkategori.

2.7.4. Motverkande av korruption

Den fjärde och sista huvudkategorin är även den preciserad och behandlar istället företagens arbete mot korruption. Alla länder styrs inte på samma sätt, med företagen bör se till att de som arbetar för dem eller i deras värdekedja behandlas på ett etiskt sätt. GRI (2013) och EU-direktivet 2014/95/EU uppmanar företagen att skriva om detta ämne i sina hållbarhetsrapporter. Till denna huvudkategori finns endast en underkategori; bekämpande av korruption.

2.8. Metodreflektion

Kritik som kan riktas mot arbetets reviderade CONI är att det skapades ett visst bortfall vid kvantifieringen av träffarna på de olika sökorden. De sökträffar som blev bortfall var de ord som var delade i rapporterna, det vill säga, orden som var separerade med ett bindestreck på grund av radbyte. Ytterligare ett bortfall i sökträffarna var de ord som befinner sig i bilder. I vissa fall var bilder infogade i den löpande texten och sökfunktionen registrerade inte dessa. Ett annat problem med sökfunktionen var att eftersom den registrerade alla sökträffar på det ordet som skrevs in, ledde det till att träffar som inte var relevanta för dess kategori blev medräknade. Det innebar att författarna manuellt var tvungna att räkna bort dessa träffar vid granskningen av varje enskild träff.

En risk som fanns med valet att använda företagens hållbarhetsrapporter som utgångspunkt för den empiriska data, var att dessa kan anses vara subjektiva och vinklade till företagens fördel. Däremot medförde detta inget problem för denna studie eftersom enbart den information som framkom i hållbarhetsrapporterna skulle granskas. För denna studie skulle ingen vidare undersökning göras för att säkerställa vilka handlingar eller påståenden i hållbarhetsrapporterna som genomfördes. Fokus låg istället på att enbart granska det som gick att utläsa ur företagens hållbarhetsrapporter.

2.9. Reliabilitet

Reliabilitet handlar om huruvida en undersökning kommer att generera samma resultat om den skulle genomföras på nytt (Bryman & Bell, 2017). I denna studie utfördes en innehållsanalys med hjälp av CONI. Innehållsanalysen går ut på att koda CONI med olika kategorier för att sen med hjälp av dem analysera sökträffarna. Om samma huvudkategorier, underkategorier och sökord används kommer den kvantitativa delen av metodvalet generera samma resultat, givet att även samma sökfunktion används. Denna del består endast av att identifiera sökorden i hållbarhetsrapporterna och kommer därav ge samma antal sökträffar. Vidare i den kvalitativa, och även delvis analytiska, delen av metoden ska sökträffarna bedömas enligt nivå 1–5 beroende på hur innehållsrika de är. I denna studie har författarna analyserat och diskuterat samtliga sökträffar tillsammans för att gemensamt komma fram till vilken nivå som är lämplig för sökträffarna. Detta för att få en så objektiv bedömning som möjligt. Därav är reliabiliteten i detta moment något lägre, eftersom risken finns att andra författare inte hade gjort exakt samma analytiska omdöme när det kommer till att bedöma vilken nivå en specifik sökträff avspeglar. Vid en innehållsanalys finns det en risk om interbedömarreliabilitet. Det innebär att det finns en risk för att olika observatörer observerar, tolkar och översätter den analyserade data olika (Bryman & Bell, 2017). Då samtliga författare varit med på alla bedömningar har denna risk minimerats.

2.10. Validitet

Validitet är viktigt vid en undersökning för att kunna bedöma om de slutsatser som har genererats är sammanhängande eller inte. Extern validitet innebär att resultaten ska vara generaliserbara (Bryman & Bell, 2017). I denna studie har endast två företag analyserats, ett som agerar inom fast fashion, och ett som agerar inom slow fashion. Denna avgränsning gjordes för att undersökningen inte skulle bli för omfattande utan istället resultera i en djupare analys. Trots detta anses fortfarande studien ha extern validitet då företag inom dessa fördelningar agerar snarlikt. För att uppnå hög validitet hade fler företag inom vardera sub-bransch behövts inkluderas. Intern validitet ämnar att avgöra om resultatet från studien är anpassningsbar till verkligheten eller den valda teoretiska referensramen (Bryman & Bell, 2017). Då företagens faktiska handlingar inte omfattas av studien är denna aspekt inte relevant, däremot är studiens utfall anpassningsbart till dess teoretiska referensram och anses därav inneha intern validitet.

3. Teoretisk referensram

Teorikapitlet redogör för de valda teorierna som används vid analys av empirin. Kapitlet innehåller även en reflektion kring kritik riktad mot legitimitetsteorin samt institutionell teori.

3.1 Legitimitetsteorin

Legitimitet är någonting företag strävar efter att uppnå genom att agera inom samhällets normer. Företag arbetar för att deras handlingar och aktiviteter ska uppfattas som legitima ur ett externt perspektiv. Enligt legitimitetsteorin förändras samhällets normer med tiden och det är därför viktigt för företag att ständigt integrera och reagera på de förändringar som sker. Genom att göra det kan de således anpassa sig till de normer som formar samhället för den perioden. För att företag skall uppfattas som legitima är det inte de konkreta handlingarna som är avgörande utan det är hur samhället uppfattar företagets aktiviteter som är avgörande (Deegan & Unerman, 2011). Vidare menar Lindblom (1993 refererad av Deegan & Unerman, 2011) att det bör råda samspel mellan företags värdesystem och värdesystemet i det sociala systemet som företaget verkar i för att det skall råda legitimitet. Vid skillnader i värderingar mellan de olika systemen uppkommer ett hot för legitimiteten hos företag.

Enligt legitimitetsteorin finns det ett socialt kontrakt mellan företag och samhället. Kontraktet inkorporerar samhällets normer och förväntningar med avseende på hur företag bör bedriva sin verksamhet. Vidare är kontraktet inte fysiskt utan endast ett teoretiskt kontrakt som är underförstått av båda parter. Då kontraktet delvis bygger på normer som är föränderliga, kommer det sociala kontraktet att anpassa sig och förändras i enlighet med samhällets utveckling. Handlingar och normer kan även uppfattas olika, därför finns det olika uppfattningar om hur företag bör bedriva sin verksamhet samt innebörden av ansvar. När ett företags handlingar inte överensstämmer med samhällets normer, och det sociala kontraktet därmed är brutet, finns det ett legitimitetsgap. Ett legitimitetsgap kan uppstå på grund av olika skäl. Ett skäl är att företag inte uppfattar samhällsutvecklingen och nya normer och förväntningar som kommer till följd av den. Detta resulterar i att företags handlingar inte går hand i hand med vad som förväntas av dem. Ytterligare ett skäl är att information som tidigare varit dold från konsumenten nu har blivit tillgänglig och

den informationen stämmer inte överens med konsumentens tidigare bild av företaget (Deegan & Unerman, 2011).

För att minska eller helt avlägsna detta legitimitetsgap mellan företag och samhället menar Dowling och Pfeffer (1975) att det finns tre strategier.

- 1) Företag kan anpassa sin produktion, sitt mål och sin definition för att på så sätt få sin verksamhet att överensstämma med nutidens normer och värderingar om vilka handlingar som är legitima.
- 2) Genom kommunikation kan företaget försöka ändra uppfattningen om deras företag utan att egentligen förändra någonting internt.
- 3) Företaget kan försöka knyta sig an till redan etablerade varumärken som symboliserar legitimitet för att på så sätt förankra sitt varumärke med deras.

Ytterligare strategier som finns för att minska eller ta bort legitimitetsgapet helt presenteras av Lindblom (1993 refererad i Deegan & Unerman, 2011).

- 1) Utbilda och informera samhället i hur företaget har förändrat sina handlingar för att anses mer legitima.
- 2) Försöka att ändra uppfattningen av företaget utan att förändra beteendet.
- 3) Manipulera samhällets uppfattning genom att föra uppmärksamhet från det rådande problemet till andra delar av verksamheten som speglar samhällets normer bättre.
- 4) Försök att förändra förväntningarna i samhället.

Legitimitetsteorin har dock fått kritik från forskare som inte accepterar den. Wilmshurst och Frost (2000) genomförde en studie där de menar att det endast är en del av samhället som kan påverka företag till att rapportera om miljöfrågor. Främst anser författarna att det är intressenter såsom konkurrenser och kunder som har inverkan kring det. Således går deras hypotes emot legitimitetsteorins. Kozlowski, Bardecki and Searcy (2012) menar att samhället har kunskap om den bristfälliga livscykeln av kläder och därav går det att applicera teorin på de valda företagen i modebranschen.

3.2. Institutionell teori

Institutionell teori kan ses som ett komplement till legitimitetsteorin och förklarar varför företag inom ett visst område eller bransch tenderar att agera likartat. Till skillnad från legitimitetsteorin som kan förklara hur olika strategier kan användas för att erhålla, behålla och återfå legitimitet, kan institutionell teori användas för att förklara varför olika organisationsformer anammas av olika företag för att uppfattas mer legitima. Inom institutionell teori finns begreppet isomorfism vilket syftar till att förklara varför ett företag anammar en viss institutionell handling, vilket i sin tur ofta leder till homogenitet bland företag inom likartade branscher. Begreppet kan delas upp i tre kategorier; tvingande, mimetisk och normativ isomorfism (Deegan & Unerman, 2011).

Tvingande isomorfism uppkommer när företag ändrar sina institutionella handlingar på grund av påtryckningar från intressenter med stort inflytande, som kan ske både formellt och informellt. Den andra kategorin inom isomorfism, mimetisk isomorfism, innebär att företag kopierar institutionella handlingar från andra företag, ofta med förhoppningarna om att erhålla legitimitet och därmed öka sina konkurrensfördelar (Deegan & Unerman, 2011). Den mimetiska isomorfismen kan uppkomma genom exempelvis ett företags osäkerhet, då menar DiMaggio och Powell (1983) att företag tenderar att efterlikna och ta efter handlingar från andra framgångsrika företag och på så sätt försöka uppfattas legitima. Slutligen handlar den tredje kategorin inom isomorfism, normativ isomorfism, om att företag ändrar sina institutionella handlingar på grund av påtryckningar från normer och kulturella handlingar (Deegan & Unerman, 2011).

Även denna teori har mottagit viss kritik. Vissa ifrågasätter om fenomenet bör kallas för teori då de påstår att det snarare är ett löst ramverk som är väl applicerbart på olika situationer. Däremot finns det studier inom ämnet som har motbevisat kritiken och konstaterat att fenomenet är en teori (Palmer, Biggart & Dick 2008).

4. Institutionalialia

I nedanstående kapitel presenteras institutionalialia som är relevant för studien. Regelverk som EU-direktivet, den svenska hållbarhetslagen samt Global Reporting Initiative definieras.

4.1. EU-direktiv

År 2014 antog Europaparlamentet och Rådet det nya direktivet 2014/95/EU. Direktivet innebar att större företag i Europa var tvungna att hållbarhetsrapportera och därmed dela med sig av icke-finansiell information (Jackson, Bartosch, Avetisyan, Kinderman & Knudsen, 2019). Medlemsländerna fick välja själva hur direktivet skulle implementeras bland dess företag. I Sverige resulterade direktivet i lagändringar i Årsredovisningslagen. Syftet med direktivet var att skapa transparens mellan länderna samt öka jämförbarheten mellan stora företag i EU. Ytterligare en anledning till att direktivet antogs var att det förhoppningsvis skulle hjälpa till att uppnå målet att bli en hållbar global ekonomi.

4.2. Svenskt lagkrav om hållbarhetsrapportering

Som tidigare nämnt, valde Sverige att implementera direktivet genom lagändringar i ÅRL. Lagen om hållbarhetsrapportering återfinns i ÅRL 6 kap. 10–14 §§. Ändringarna trädde i kraft 31 december 2016 och påverkade därav företag från kalenderåret 2017. Lagen gjorde det obligatoriskt för företag över en viss storlek att upprätta samt redovisa en icke-finansiell rapport. De villkor som måste uppfyllas enligt ÅRL 6 kap. 10 § 1-3p., för att räknas som ett stort företag, och därmed ett företag som måste göra en hållbarhetsrapport är:

- *“Medelantalet anställda i företaget har under vart och ett av de två senaste räkenskapsåren uppgått till mer än 250.*
- *Företagets redovisade balansomslutning har för vart och ett av de två senaste räkenskapsåren uppgått till mer än 175 miljoner kronor.*
- *Företagets redovisade nettoomsättning har för vart och ett av de två senaste räkenskapsåren uppgått till mer än 350 miljoner kronor.”*

ÅRL 6 kap. 12 § innehåller de krav som finns angående vad en hållbarhetsrapport måste innehålla. Dessa områden är; miljö, motverkande av korruption, mänskliga rättigheter, sociala samt personalens förhållanden.

4.3. Global Reporting Initiative

Global Reporting Initiative skapades 1997 och är en oberoende internationell organisation som ämnar att vägleda och stötta företag i deras hållbarhetsrapportering. Organisationen syftar även till att hjälpa företag samt länder runt om i världen att förstå och även kommunicera deras påverkan på hållbarhetsdimensioner. Dimensionerna inkluderar miljöpåverkan, mänskliga rättigheter, samt sociala förhållanden. Visionen för organisationen är “A thriving global community that lifts humanity and enhances the resources on which all life depends”, och deras mål är “To empower decisions that create social, environmental and economic benefits for everyone” (Global Reporting Initiative, u.å.a, u.s.). En del i vad organisationen gör är att skapa standarder för vad som bör rapporteras om i en hållbarhetsrapportering. Dessa standarder har för avsikt att hjälpa företag att inkludera relevant information i dess rapporter och på så sätt kan rapporter världen över vara jämförbara. Dessa standarder är producerade med hjälp av intressenter för att vara så heltäckande som möjligt.

Denna studiens underkategorier baseras på en undersökning som GRI har låtit göra bland modebranschens intressenter där de har fått peka ut hållbarhetsaspekter som de vill ska redovisas utifrån de utmaningar och möjligheter som modebranschen står inför. Resultatet av GRI:s undersökning kan ses som intressenternas förslag på information som bör presenteras i hållbarhetsrapporten och därmed läggs stor vikt vid dessa (Global Reporting Initiative, 2013).

5. Empiri

Studiens femte kapitel behandlar den insamlade empirin samt de resultat den medför. En utförlig sammanställning av materialet presenteras för att bidra med en gedigen bild av de olika hållbarhetsrapporternas innehåll.

5.1. Gina Tricot

Modekedjan Gina Tricot grundades år 1997 i Borås av familjen Appelqvist och har fokus på att erbjuda “mycket mode för lite pengar” (Gina Tricot, u.å.a, u.s.). Från startpunkten har företaget utvecklats från att ha 12 fysiska butiker i Sverige till att ha över 160 butiker i bland annat Sverige, Norge och Danmark. Dessutom har Gina Tricot en e-handel där deras plagg går att beställa från flera länder i Europa. På sin hemsida skriver företaget att deras kollektioner kan finnas ute i butiker på endast två veckor från det att designers har skapat plaggen (Gina Tricot, 2020). Gina Tricot lanserar “nyheter varenda dag” och arbetar med att kontinuerligt kunna erbjuda sina kunder de senaste trenderna (Gina Tricot, u.å.b, u.s.). År 2018 var företagets antal anställda 191 och samma år redovisade företaget en nettoomsättning på cirka en miljard kronor samt en balansomslutning på cirka 375 miljoner kronor (Allabolag, 2020a).

5.1.1. Gina Tricots hållbarhetsrapport

Gina Tricot publicerade sin första hållbarhetsrapport våren 2013 för verksamhetsåret 2012 (Gina Tricot, u.å.c). Företaget hävdar att hållbarhet är något som genomsyrar hela deras verksamhet och att de arbetar mot såväl sina egna hållbarhetsmål som mot FN:s globala mål för hållbar utveckling. De arbetar kontinuerligt för att hitta hållbara material och för att kunna vara mer cirkulära. Exempelvis bestod nästan hälften av deras produktion år 2018 av produktion med mer hållbara fibrer (Gina Tricot, u.å.d). Dessutom arbetar Gina Tricot mot målet att all bomull de använder i sin produktion ska vara mer miljövänlig år 2020 än vad den var när de skrev rapporten. Better Cotton Initiative, BCI, är en ideell organisation Gina Tricot samarbetar med som arbetar för att kunna främja en bättre framtid för arbetare vid bomullsodlingar och samhällen där bomullsindustrin är stor. Ytterligare en organisation Gina Tricot samarbetar med är One Bag Habit, som de har samarbetat med sedan år 2017. One Bag Habit beskrivs som ett initiativ inom industrin med målet att minska konsumtionen av plastpåsar samt att öka medvetenheten om dess negativa

inverkan på miljön. Istället för att ge bort plastpåsar vid köp av kläder i butik betalar kunderna för påsarna och vinsten doneras till olika projekt som strävar mot hållbar utveckling. I Sverige år 2018 donerades vinsten till UN Women National Committee Sweden (Gina Tricot, 2019).

I sin hållbarhetsrapport skriver Gina Tricot att de är medvetna om att cirkulär produktion är något de behöver sträva mot. De menar att detta är en av de största utmaningarna industrin står inför, att designa kläder med material som går att återvinna när de inte längre används. Ett av stegen Gina Tricot har tagit mot att uppnå cirkulär produktion är att de i sina butiker erbjuder kunder att lämna in kläder de inte längre vill ha kvar, med avsikten att kunna återanvända materialet till produktion av nya kläder. År 2018 insamlades totalt 50 ton kläder, vilket var en ökning på 61% i jämförelse med föregående år. Som tidigare nämnts är användandet av vatten stort i klädindustrin och Gina Tricot menar att de behöver använda resursen noggrant och ansvarsfullt. För att uppnå en mer hållbar användning av vatten är Gina Tricot medlem i STWI, vilket står för Sweden Textile Water Initiative, som bland annat hjälper företag inom textilindustrin att minska sin användning av vatten, energi och kemikalier i sina värdekedjor (Gina Tricot, 2019).

När det kommer till Gina Tricots anställda menar företaget att mångfald är en viktig aspekt. Detta har resulterat i att deras anställda består av personer med olika expertis, ålder och etnicitet. Vidare skriver Gina Tricot i sin hållbarhetsrapport att den uppförandekod de följer består av elva principer med fokus på bland annat arbetshälsa och säkerhet, rimliga arbetstider och ingen diskriminering. För att kunna erbjuda säkra arbetsförhållanden skriver de bland annat att de har nära samarbeten med sina leverantörer och ofta besöker dessa för att se så arbetsvillkoren är i enlighet med Gina Tricots uppförandekod. Ifall uppförandekoden inte följs skriver de att de arbetar för att se till så att de följs. Vid ett tillfälle skulle nya produktionsfabriker granskas för att potentiellt sluta avtal. Dock följdes inte samtliga punkter i uppförandekoden, därav valde företaget att inte sluta ett avtal med dessa om de inte kunde åtgärda bristerna inom ett par månader (Gina Tricot, 2019).

Gina Tricot samarbetar med företaget QuizRR, som erbjuder digitala verktyg för att bland annat kunna samla in mätbar data gällande arbetsförhållandena i ett företags leverantörskedjor. År 2016 introducerade Gina Tricot QuizRR i två fabriker i Bangladesh och sedan dess har fler fabriker tagit del av detta digitala verktyg (Gina Tricot, 2019).

5.2. Filippa K

Filippa K grundades 1993 i Stockholm av Filippa Knutsson och Patrik Kihlberg. Företaget lägger stor vikt vid att kläderna ska ha en klassisk och enkel design samt vara av bra kvalitet för att inte uppmuntra till ständig konsumtion (Filippa K, 2020a). Tanken som låg till grund för varumärket var “en fullständig garderob med både bekväma och stilrena plagg utan kompromiss” (Filippa K, 2020a u.s.). Även cirkulärt mode har alltid stått i fokus för företaget (Filippa K, 2020b). År 2018 redovisade företaget en nettoomsättning på drygt 700 miljoner kronor och en balansomslutning på cirka 380 miljoner kronor. Totalt har Filippa K 35 butiker (Filippa K, 2020c) i bland annat Sverige, Tyskland och Belgien samt 238 anställda år 2018 (Allabolag, 2020b).

5.2.1 Filippa Ks hållbarhetsrapport

På Filippa Ks hemsida finns deras hållbarhetsrapporter sedan 2012 tillgängliga. I sin hållbarhetsrapport för verksamhetsåret 2018 skriver de om sitt arbete för att gynna hållbar utveckling. Företaget har tre utförsäljningsbutiker, en i Norge och två i Sverige, där säsong produkter som inte blivit sålda får en andra chans att hitta en köpare. För det mesta säljs allt i utförsäljningsbutikerna, men om det skulle finnas något kvar skänks detta till välgörenhetsorganisationer såsom Stockholms Stadsmission eller Röda korset. Filippa K präglas av en cirkulär strategi som innebär ett arbete för de fyra R:en; Reduce, Repair, Reuse och Recycle. Detta innebär att de strävar efter att tillverka produkter med så liten negativ påverkan på miljön som möjligt, de tillverkar plagg som ska hålla en längre tid och rådgör kunden om hur de ska behandla plaggen. Vidare vill de att kläder ska återanvändas genom att erbjuda insamling av använda plagg och uppmuntrar till secondhand, slutligen ser de till att deras produkter går att återvinna när de är förbrukade (Filippa K, 2019).

När det kommer till deras utbud mäter Filippa K hur stor andel av kläderna som består av minst 50% hållbart material. 2018 var denna andelen 51% av kollektionen, vilket innebar en ökning på 10 procent från året innan. Polyester är ett av materialen som företaget använder sig av, det är antingen tillverkat av olja eller återvunna PET-flaskor. Vid tvättning av polyester frigörs mikrofiber som är för små för maskinens filter att fånga upp. På grund av detta säljer Filippa K en tvättpåse som heter The Guppy Friend washing bag. Denna tvättpåse kan filtrera mikrofiberna så

de inte hamnar i våra vattendrag. 2018 var 20 procent av deras polyester återvunnet, och de fortsätter att arbeta för att öka denna andelen (Filippa K, 2019).

Även Filippa K samarbetar med STWI, som arbetar för att förbättra vattenkonsumtionen i textilbranschen. Ytterligare en samarbetspartner är We aRe SpinDye som arbetar med en mer hållbar process vid textilfärgning. När det kommer till den sociala aspekten i hållbar utveckling har även Filippa K ett samarbete med QuizRR. År 2018 deltog 4194 anställda från 5 av Filippa Ks fabriker. Filippa K skriver att de respekterar deras anställdas rättigheter och att alla behandlas lika oavsett kön, religion, etnicitet, sexuell läggning, funktionsnedsättning, m.m. Vidare skriver de att de har nolltolerans mot missbruk av alkohol eller droger och trakasserier på arbetsplatsen. För att nå en hälsosam och hållbar arbetsplats har de utformat följande policys mot; diskriminering, sexuella trakasserier, droger och övergrepp samt stress (Filippa K, 2019).

Efter införandet av förordning (2016:1041) om plastbärkassar förväntas klädbutikerna att informera kunden om den negativa påverkan användandet av plastpåsar har på miljön. Därför har Filippa K bestämt att kunderna alltid ska bli tillfrågade om de verkligen behöver en påse till sitt köp. Företaget har även ersatt sina plastpåsar med en 100 procent komposterbar plastpåse men de uppmanar ändå sina kunder att välja papperspåsar istället. De undviker att använda mörka färger eftersom det medför att påsarna blir omöjliga att återvinna (Filippa K, 2019).

The Eternal Trench Coat är en av Filippa Ks produkter som är 100 procent återvunnen och 100 procent återvinningsbar. De har samarbetat med We aRe SpinDye för att färga kappan på ett mer hållbart sätt som resulterat i 90 procent mindre användning av kemikalier, 75 procent mindre användning av vatten och ett mindre koldioxidutsläpp än vid vanlig färgning av tyg. Kappan har en tio-års garanti som innebär att kunden kan komma tillbaka med kappan och få hjälp med eventuell reparation (Filippa K, 2019).

I sin hållbarhetsrapport skriver Filippa K även om granskningar som har gjorts i deras fabriker, som tyvärr visat dåliga arbetsförhållanden för de anställda. I en fabrik i Rumänien visade det sig att arbetarnas lön inte räckte för att täcka deras levnadsbehov, trots att lönen var högre än landets minimilön. Detta är något Filippa K inte vill ska förekomma, och skriver att de ska undersöka detta

vidare och ha en dialog med underleverantörerna samt rådslå med experter inom området om hur de ska gå tillväga. De skriver även och berättar om en granskning gjord av en fabrik i Kina där de anställda verkade svara med inövade svar att de fick betalt per timme och övertidslön. I själva verket visade det sig att arbetarna fick betalt per plagg de tillverkade. Arbetarna hade inte koll på sina rättigheter och deras löner motsvarade inte en levnadslön. Även detta är något Filippa K ska prata med ledningen i fabriken om då det inte motsvarar vad de kommit överens om. Vidare skriver de om hur de försöker få bukt med dessa problem som uppstår i fabrikerna. De försöker minska övertiden genom att de planerar sin produktion tillsammans med underleverantören så att leveranstider kan diskuteras, och de försöker lägga sina beställningar i god tid för att inte pressa fabriken. För att få underleverantörerna att betala levnadslöner till sina anställda talar Filippa K mycket och öppet om detta med dem, eftersom det ingår i Filippa Ks policys att alla ska få en levnadslön. Slutligen är företaget alltid transparenta och kommunicerar ut till sina intressenter vad som pågår (Filippa K, 2019).

5.3. Resultat av CONI

I denna del av studien presenteras data, med hjälp av diagram och tabeller, som framtagits med studiens reviderade CONI.

Antal sökträffar		
Kategori	Företag	
	Gina Tricot	Filippa K
Miljö	175	179
Sociala förhållanden och personal	114	74
Respekt mot mänskliga rättigheter	31	10
Motverkande av korrupcion	12	8
Totalt	332	271

Tabell 3: Antal sökträffar per huvudkategori i vardera företags hållbarhetsrapport

I tabell 3 visas det totala antalet sökträffar som uppkom i de båda företagens hållbarhetsrapporter inom respektive huvudkategori. Gina Tricots hållbarhetsrapport var den som fick flest sökträffar totalt, Gina Tricot fick 332 sökträffar och Filippa K 271. Sett till de olika huvudkategorierna fick Filippa K flest träffar på huvudkategorin miljö, resterande huvudkategorier fick Gina Tricot flest sökträffar.

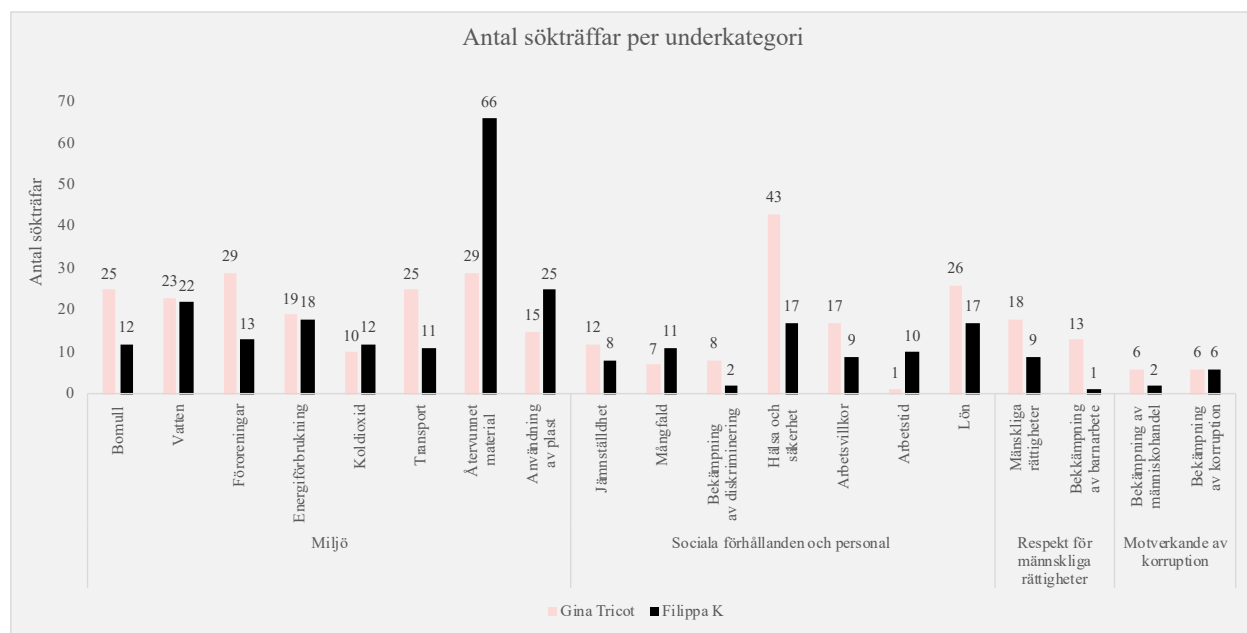


Diagram 1: Sammanställning av antal sökträffar i respektive underkategori

Diagram 1 presenterar en mer detaljerad uppdelning av sökträffarna genom att visa antal träffar företagen fick inom respektive underkategori. De tre underkategorierna med flest träffar totalt hos båda företagen sammanslaget blev; återvunnet material, hälsa och säkerhet samt vatten. Gina Tricots underkategorier med flest sökträffar blev; hälsa och säkerhet, föreningar och återvunnet material. Till sist blev de underkategorier med flest sökträffar hos Filippa K; återvunnet material, användande av plast samt vatten.

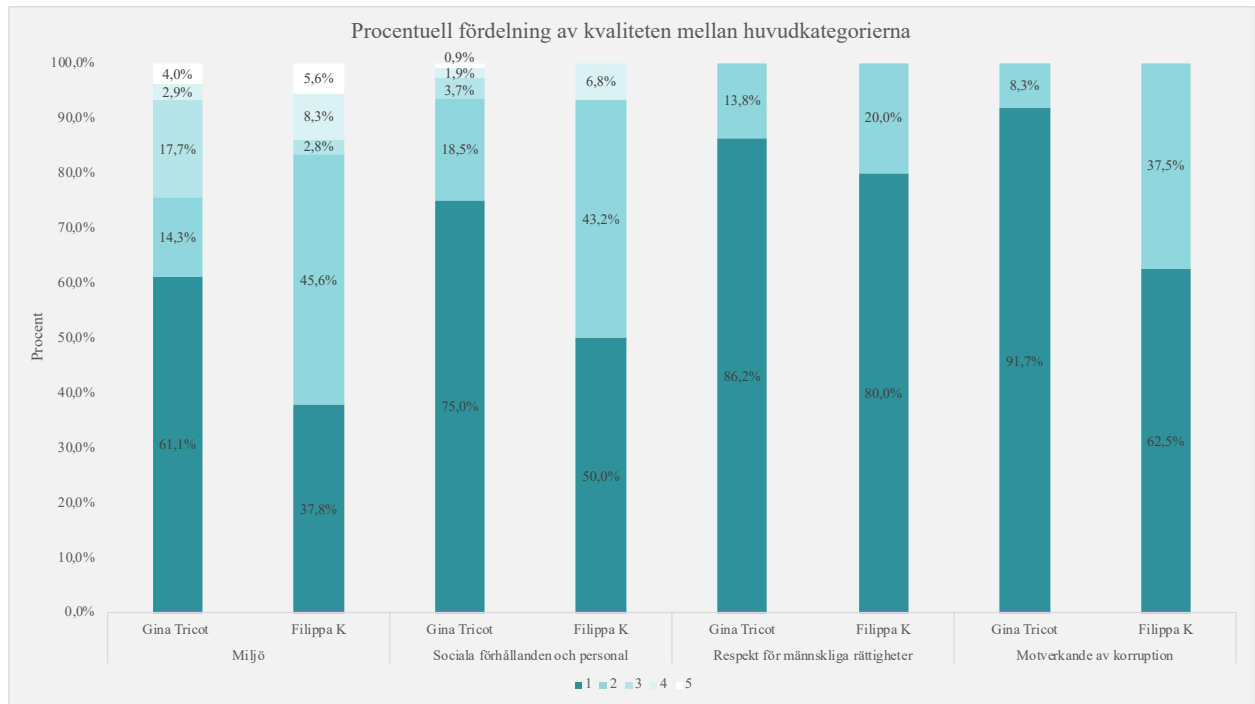


Diagram 2: Sammanställning av företagens fördelning av ranking för respektive huvudkategori

Diagram 2 visar resultatet av de olika sökträffarnas nivåer uppdelat i huvudkategorierna i enlighet med studiens CONI. Antalet sökord inom vardera huvudkategori varierar vilket är anledningen till att även antalet sökträffar är inom ett brett intervall. De olika företagen har även olika fokus på de olika huvudkategorierna, vilket går att utläsa i tabell 1. På grund av dessa skillnader presenteras resultatet i procent. Detta möjliggör för en jämförbar analys av fördelningen av de olika nivåerna. I diagrammet går det att avläsa att nivå 1 och nivå 2 är de nivåerna med störst andel sökträffar i båda företagens hållbarhetsrapporter.

Medelvärde		
Kategori	Företag	
	Gina Tricot	Filippa K
Miljö	1,74	1,98
Sociala förhållanden och personal	1,35	1,64
Respekt mot mänskliga rättigheter	1,14	1,2
Motverkande av korruption	1,08	1,38
Totalt	1,53	1,84

Tabell 4: Medelvärde per huvudkategori i vardera företags hållbarhetsrapport

Tabell 4 visar en sammanställning av medelvärdet för företagens nivårankning av sökträffarna för huvudkategorierna. Medelvärdets intervall blir därav 1–5. I korstabellen går det att utläsa att medelvärdet sett till samtliga huvudkategorier blev 1,53 hos Gina Tricot och 1,84 hos Filippa K. Vidare visar tabellen att medelvärdet för Filippa Ks hållbarhetsrapport är högre inom samtliga huvudkategorier.

6. Analys

Med hjälp av den insamlade och sammanställda data som presenterats i empirin, samt de valda teorierna, presenteras studiens analys i det sjätte kapitlet. Vidare tas även uppsatsens institutionalia till hjälp för att kunna genomföra en djupare analys.

Inledningsvis skall poängteras att det, som tidigare nämnt, endast är företagens hållbarhetsrapporter som analyseras. Ingen vidare undersökning har gjorts för att säkerställa vilka handlingar eller påståenden i hållbarhetsrapporterna som har genomförts.

Fast fashion och slow fashion är två begrepp som appliceras på företag verksamma inom modebranschen. Klädindustrin har i mer modern tid mottagit mycket kritik för dess ohållbara livscykel. De två begreppen bistår som ett hjälpmedel att avskilja två separata sub-branscher verksamma på samma marknad. Fast fashion och slow fashion hjälper samhället att uppfatta skillnader i livscykeln på produkterna och minskar risken att samtliga klädföretag dras över samma kam. Det går åt 20 000 liter vatten för att producera ett kilo bomull (World Wildlife Fund, 2020). Ju fler antal plagg ett företag gör, desto större mängd vatten förbrukas, vidare blir miljöpåverkan större. Detsamma gäller för den sociala aspekten i produktens livscykel. En massproduktion med korta tidskrav går hand i hand med en kraftig arbetsbörda. Fast fashion kontra slow fashion avser två olika sätt att förhålla sig till hållbar utveckling. Fast fashion har ett större klimatavtryck samt sämre sociala förhållanden i jämförelse med slow fashion. Påverkan klädindustrin har på hållbar utveckling är något som konsumenter är väl medvetna om idag (Kozlowski, Bardecki & Searcy, 2012).

6.1. Teoretisk analys på utfallet från reviderad CONI

Medelvärdet på sökträffarnas kategorisering från CONI är en solid referens när det kommer till skillnader mellan hållbarhetsrapporternas detaljrikhet och därmed kvalitet. Genom att jämföra företagens medelvärde på samtliga sökträffar med CONI, syns det att Filippa Ks medelvärde är högre. Vidare är även Filippa Ks medelvärde högre inom samtliga huvudkategorier i jämförelse med Gina Tricots. Detta innebär att Filippa K har, enligt CONI, bättre kvalitet på sin hållbarhetsrapport än vad Gina Tricot har eftersom ett högre medelvärde på sökträffarnas nivå

innebär högre kvalitet på hållbarhetsrapportens innehåll. Då Filippa K har positionerat sig på marknaden som ett slow fashion företag som säljer tidlösa kläder med hög kvalitet skulle resultaten angående deras högre medelvärde kunna indikera att företagets mer hållbara handlingar lyser igenom i deras hållbarhetsrapportering. Parallellt med denna analys går det därmed att anta att anledningen till varför Gina Tricot fick ett lägre medelvärde är eftersom de bedriver fast fashion. Fast fashion uppmuntrar konsumtion av kläder i högre kvantitet som är i enlighet med de nyaste trenderna och har mottagit mycket kritik angående att vara ohållbart. Detta resonemang styrker även det faktum att Gina Tricots hållbarhetsrapport totalt sett hade fler sökträffar på de sökorden som valts för denna undersökning. Enligt legitimitetsteorin kommer företag som inte handlar inom normerna för samhället att stå inför ett gap mellan samhället och deras verksamhet. Ett gap som skulle kunna förklaras med att fast fashion inte klassas som hållbart och därmed har brutit mot det sociala kontraktet. Anledningen till att fler sökträffar dök upp hos Gina Tricot, cirka 20 procent, skulle därmed kunna förklaras med att de vill och måste visa samhället att de gör gott för hållbar utveckling genom utökad kommunikation. Därmed kan de tänkas dekorera sin hållbarhetsrapport med så mycket information som möjligt för att försöka fylla ett eventuellt större legitimitetsgap än Filippa K.

6.2. Teoretisk analys på hållbarhetsrapporterna

Både Gina Tricot och Filippa K har hållbarhetsrapporterat sedan år 2012, det vill säga innan lagkravet om hållbarhetsrapportering uppkom. Enligt legitimitetsteorin finns det ett socialt kontrakt mellan företag och samhället med samhällets normer och förväntningar om hur företag bör bedriva sin verksamhet. När ett företags handlingar inte är i enlighet med samhällets normer uppkommer det ett legitimitetsgap (Deegan & Unerman, 2011). Att Gina Tricot och Filippa K hållbarhetsrapporterade innan lagkravet uppkom kan tolkas som ett försök att uppfattas legitima av samhället och därmed minska eller undvika ett eventuellt legitimitetsgap. Dessutom kan den tidiga hållbarhetsrapporteringen förklaras genom institutionell teori och mer specifikt mimetisk isomorfism då företagen kan tänkas agera likartat och ta efter handlingar av företag inom branschen för att uppfattas som mer legitima. Vidare fanns gemensamma nämnare i rapporterna, båda skriver om att rättvisa arbetsvillkor är viktiga samt att alla anställda respekteras och behandlas lika oavsett kön, ålder eller etnicitet och att de inte accepterar någon form av diskriminering. Företagens val att skriva om detta i sina hållbarhetsrapporter kan tänkas förklaras som en handling

att minska ett eventuellt legitimitetsgap, eftersom båda företagen har sin produktion i utvecklingsländer där arbetsvillkoren inte alltid stämmer överens med ländernas levnadsstandard eller samhällets förväntningar. Dessa förväntningar av samhället kan även ses som befintliga normer vilket gör företagens gemensamma handlingar förklarbart med normativ isomorfism.

År 2016 trädde lagkravet om hållbarhetsrapportering i kraft och det kan därmed ses som tvingande isomorfism att hållbarhetsrapportera idag, vilket båda företagen gör. På så sätt kan detta ses som ett verktyg att använda för att uppfattas som legitima enligt institutionell teori. Utöver att Gina Tricot och Filippa K rapporterar enligt lagkravet finns det en del handlingar företagen rapporterar om som ytterligare bidrar till att företagen agerar likartat. Med hjälp av institutionell teori kan rapporterandet om målet om en minskad förbrukning av plastbärkassar förklaras genom tvingande isomorfism. Förordning (2016:1041) om plastbärkassar trädde i kraft 2016 med bestämmelser att minska förbrukningen av plastbärkassar i yrkesmässiga verksamheter, och de båda företagen rapporterar om handlingar med målet om att minska konsumtionen av plast.

Vidare finns det enligt Dowling och Pfeffer (1975) strategier företag kan använda för att undvika ett legitimitetsgap. Bland annat kan företag försöka knyta sig an till redan etablerade varumärken som symboliserar legitimitet för att på så sätt förankra sitt varumärke med deras, vilket kan förklara samarbeten företagen rapporterar om i sina hållbarhetsrapporter. En organisation som de båda företagen samarbetar med är STWI. Eftersom de båda företagen verkar inom en bransch som kräver hög vattenförbrukning kan ett samarbete med ett företag som arbetar för att minska förbrukningen av bland annat vatten tolkas som en handling för att uppfattas mer legitima. Att de båda företagen valt att ha ett samarbete med STWI kan dessutom förklaras genom mimetisk isomorfism med tanke på att det är en handling företagen kan ha kopierat av varandra med förhoppningen om att erhålla legitimitet. De båda företagen samarbetar även med företaget QuizRR, även detta kan ses som mimetisk isomorfism samt en handling företagen gör för att uppfattas mer legitima, då de förankrar sig med ett varumärke som kan tänkas symbolisera legitimitet. Gina Tricot rapporterar dessutom om sitt samarbete med BCI. Organisationen kan tänkas symbolisera legitimitet med tanke på att de arbetar för att kunna främja en bättre framtid för arbetare vid bomullsodlingar och samhällen där bomullsindustrin är stor.

Båda företagen visar genom sina hållbarhetsrapporter deras medvetenhet om vilka utmaningar branschen står inför, exempelvis betonar de målet med cirkulär produktion. Förhållandet de olika företagen har till cirkulär produktion skiljer sig däremot. Gina Tricot poängterar att det är viktigt att ha detta som ett mål och att de strävar efter att uppnå det. Filippa K påstår sig däremot redan ha cirkulär produktion och poängterar att det är väldigt viktigt för dem att upprätthålla det arbetet. Skillnaden i deras nuvarande position angående detta kan bero på att de befinner sig i olika sub-branscher. Slow fashion värnar om hållbar utveckling där en lång livscykel är i fokus. Exempelvis producerar Filippa K en kappa som är 100 procent återvunnen och även 100 procent återvinningsbar med en funktionsgaranti på 10 år. De har även stort fokus på de fyra R:en; Reduce, Repair, Reuse och Recycle. Fast fashion å andra sidan, har andra prioriteringar såsom nya trender varje dag, vilket kan förklara varför Gina Tricot inte uppnått cirkulär produktion än. En annan cirkulär handling de båda företagen gör är att de tar emot kläder som deras kunder inte längre använder för att återanvända materialet. Denna handling kan förklaras med hjälp av legitimitetsteorin och ses som en av Lindbloms (1993 refererad i Deegan & Unerman, 2011) tre strategier för att minska eller undvika ett legitimitetsgap. Eftersom de befinner sig i en bransch med stor påverkan på hållbar utveckling, kan detta tänkas vara en handling som företagen gör för att föra uppmärksamhet från deras faktiska miljöpåverkan och försöka spegla samhällets normer bättre.

Slutligen skriver Filippa K i sin hållbarhetsrapport om de fel de kommit underfund med som pågått i deras underleverantörers fabriker gällande bland annat oacceptabla arbetsförhållande och löner. Vidare förklarar de åtgärder de ska utföra för att se till att detta förändras. Sådana ingående handlingar finns det inte att läsa om i Gina Tricots rapport, vilket kan förklaras av att de tillhör olika sub-branscher.

7. Slutsats

I studiens sjunde kapitel presenteras en slutsats kring ämnet som uppfyller uppsatsens syfte samt besvarar frågeställningarna.

Studiens resultat visar att fast fashion företags och slow fashion företags olika påverkan på hållbar utveckling påverkar detaljnivån på informationen i deras hållbarhetsrapporter. Med hjälp av studiens reviderade CONI framkommer det att det finns skillnad i hur detaljerad informationen i hållbarhetsrapporterna gjorda av fast fashion företag och slow fashion företag är, och därmed även kvaliteten på hållbarhetsrapporterna. Medelvärde på sökträffarna hos Filippa K är högre vilket innebär att Filippa Ks hållbarhetsrapport är av högre kvalitet jämfört med Gina Tricots hållbarhetsrapport. Medelvärde, och därmed kvaliteten, var genomgående högre för Filippa K inom samtliga huvudkategorier utformade för denna studie. Detta indikerar att Filippa Ks mindre negativa påverkan på hållbar utveckling, då de är ett företag inom sub-branschen slow fashion, påverkar informationens detaljnivå i deras hållbarhetsrapport. Likaså påverkas Gina Tricots, som är ett fast fashion företag, detaljnivå på informationen i deras hållbarhetsrapport av deras större negativa påverkan på hållbar utveckling då den fick lägre medelvärde.

Efter granskning av företagens hållbarhetsrapporter går det att se vilka likheter och olikheter de hållbarhetsrapporterar om och förklara dessa med hjälp av legitimitetsteorin samt institutionell teori. Enligt institutionell teori kan företagens likartade handlingar förklaras av att de är verksamma i samma bransch. Två lagar som påverkar företagen och därmed kategoriseras som tvingande isomorfism är lagen om hållbarhetsrapporterande samt lagen om plastbärkassar. Innan lagen om hållbarhetsrapporterande trädde i kraft hållbarhetsrapporterade båda företagen, detta förklaras med mimetisk isomorfism. Båda företagen har även ingått samarbete med STWI och QuizRR vilket återigen kan förklaras med mimetisk isomorfism. Dessutom kan samtliga samarbeten med organisationer som är etablerade på marknaden med ett gott rykte, ses som en strategi för att erhålla legitimitet enligt legitimitetsteorin. Samarbetet med QuizRR har även en tredje koppling till teorierna. Då organisationen arbetar med arbetsförhållanden hos företagens leverantörer och det finns en norm i samhället om att alla ska ha rättvisa arbetsförhållanden, ses detta samarbete som normativ isomorfism. Även om många handlingar företagen rapporterar om

är lika, vilket till störst del kan förklaras av institutionell teori, framgick det även en del olikheter mellan företagens hållbarhetsrapporter. Gina Tricots hållbarhetsrapport hade totalt cirka 20 procent fler sökträffar på de sökorden som valts för denna undersökning. Enligt legitimitetsteorin kan detta indikera att företaget har ett större legitimitetsgap än Filippa K och därmed behöva kommunicera mer till samhället för att kunna uppfattas mer hållbara och därav mer legitima.

8. Diskussion och vidare forskning

I studiens sista kapitel diskuteras slutsatsen och avslutas med ett stycke om intressant framtida forskning.

Generellt sett fick båda företagen relativt låga medelvärden, båda lägre än två på en 1–5 skala, vilket är ett resultat av att företagens sökträffar till störst del rankades till nivå 1 och nivå 2. Detta kan ses som ett tecken på klädindustrins negativa påverkan på hållbar utveckling. Det kan även antyda att företagens hållbarhetsrapporter mer eller mindre är ett sken för galleriet. Det går inte förbise att det förekommer övertramp inom klädindustrin när det kommer till arbetsvillkor, mänskliga rättigheter och miljöpåverkan. Som tidigare nämnts är klädindustrin en av de industrier som genererar mest växthusgasutsläpp, och bomullsodlingen kräver enorma mängder vatten. Vidare kan detta leda till en tro om att klädindustrin inte kommer kunna räknas som en hållbar industri, utan företagen som är verksamma i modebranschen har ett stort ansvar att arbeta för att ha så liten negativ påverkan som möjligt. Detta möjliggör för ett resonemang kring att även andra företag inom respektive sub-branschs påverkan på hållbar utveckling påverkar detaljnivån på informationen i deras hållbarhetsrapporter. Å andra sidan har denna studie endast undersökt ett företag ur respektive sub-bransch vilket gör det svårare att generalisera resultaten. Det går även att tänka sig att resultaten kan bero på att olika fokus läggs på rapporterna eller att de har olika kvalificerade skribenter. För att kunna göra studien mer generaliserbar hade det varit intressant att inkludera fler företag.

Som tidigare nämnts lever vi i ett konsumtionssamhälle, där mycket vill ha mer och trender står i fokus. Parallellt med detta strävar vi efter att uppnå agenda 2030 vilket kan tyckas vara väldigt motsägelsefullt. Hög konsumtion leder till negativa konsekvenser av hållbar utveckling. Hand i hand med ökad medvetenhet om vad konsumtion bidrar med har samhället skapat egna normer och förväntningar dels kring företags agerande men även om medmänniskornas handlingar. I takt med att klädindustrin fortsätter blomstra, har det blivit allt vanligare att ta med en egen tygkasse till butiken och att skryta om att man köpt second hand kläder. Förhoppningsvis kan dessa förändringar av normer och förväntningar leda till att hållbar utveckling tas på allvar så att dagens handlingar inte äventyrar kommande generationers möjligheter att göra detsamma. Global

uppvärmning sker i detta nu och utan vidare åtgärder kommer inte framtida generationer ha samma förutsättningar på denna planet. Ozonhålet måste minskas, Arktisisen måste sluta smälta och Australiens skogsbränder måste släckas. Inom klädindustrin måste alltså samhället släppa behovet att vara trendiga och fast fashion kanske är något som bör saktas ner?

För att få fler infallsvinklar i denna studies problematisering, finns det ett flertal ytterligare perspektiv som skulle kunna analyseras. Denna undersökning täcker enbart 22 sökord vilket ska representera hela rapporten. Hade istället ytterligare 10 lagts till eller bytts ut mot andra ord hade empirin visat ett annat resultat som eventuellt hade speglat rapporterna annorlunda. För att få en bättre bild av hur rapporterna speglar påverkan på hållbar utveckling hade det varit intressant att genomföra en studie med fler sökord, alternativt eller i samband med att fler företag inom respektive område var med i studien, detta hade även ökat den externa validiteten. En annan parameter som hade givit analysen ytterligare djup hade varit ifall företagens faktiska handlingar kunde undersökas. Antingen med hjälp av intervjuer eller en fältstudie. Vidare hade det även varit intressant att se vad samhället faktiskt tycker och tänker om företag verksamma inom modebranschen, mer specifikt fast fashion och slow fashion. Utöver detta anser vi att det hade varit givande för forskningen att analysera fast fashion företag och slow fashion företag separat för en ännu mer ingående analys om hur de agerar. Vidare när det kommer till hållbarhetsrapportering hade det även varit väldigt intressant att se hur andra branscher hållbarhetsrapporterar och om deras påverkan på hållbar utveckling påverkar detaljnivån på informationen i rapporteringen. Det hade även varit intressant att jämföra en ohållbar bransch med en bransch som klassas som hållbar enligt definitionen hållbar utveckling. Det finns alltså en mängd olika gap inom detta forskningsområde att fylla och vi ser fram emot att i framtiden läsa mer om ämnet samt se kunskapen sprida sig.

Källförteckning

Allabolag. (2020a). Gina Tricot AB, Tillgänglig online:

<https://www.allabolag.se/5565348843/gina-tricot-ab> [Hämtad 4 maj 2020]

Allabolag. (2020b). Filippa K Group AB, Tillgänglig online:

<https://www.allabolag.se/5566083068/filippa-k-group-ab> [Hämtad 4 maj 2020]

Andrews, A. & Granath, B. (2016). FN-fakta Hållbar utveckling, Tillgänglig online:

<https://fn.se/wp-content/uploads/2016/08/Faktablad-2-12-H%C3%A5llbar-utveckling.pdf>

[Hämtad 5 maj 2020]

Beck, A.C., Campbell, D., & Shrides, 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, ss. 207-222, Tillgänglig via: LUBsearch

<http://lubsearch.lub.lu.se/> [Hämtad 4 maj 2020]

Bolagsverket. (2019). Hållbarhetsrapport, Tillgänglig online:

<https://bolagsverket.se/ff/foretagsformer/aktiebolag/arsredovisning/delar/hallbarhetsrapport-1.17962> [Hämtad 4 maj 2020]

Boström, M., & Micheletti, M. (2016). Introducing the sustainability challenge of textiles and clothing, *Journal of Consumer Policy*, vol. 39, ss. 367-375, Tillgänglig via: LUBsearch

<http://lubsearch.lub.lu.se/> [Hämtad 5 maj 2020]

Brandão Jönsson, H. (2017). Gifter och barnarbete i bomullsodling, Tillgänglig online:

<http://www.sverigesnatur.org/aktuellt/bomullsodling-som-forgiftar/> [Hämtad 13 maj 2020]

Bryman, A., & Bell, E. (2013). Företagsekonomiska forskningsmetoder. Upplaga 2. Stockholm: Liber

Bryman, A., & Bell, E. (2017). Företagsekonomiska forskningsmetoder. Upplaga 3. Stockholm: Liber.

Butt, M. (2019). Rethinking the Industrial Revolution in a Changing World: A Study of the Environmental Impacts of the Textile Industry on Contemporary England. *Journal of European Studies*, vol. 35, no. 2, ss. 92-103, Tillgänglig via: LUBsearch <http://lubsearch.lub.lu.se/> [Hämtad 4 maj 2020]

Cambridge Dictionary. (2020). Fast Fashion, Tillgänglig online: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/fast-fashion> [Hämtad 4 maj 2020]

Choi, T., Cai, Y., & Shen, B. (2019). Sustainable Fashion Supply Chain Management: A System of Systems Analysis, *IEEE*, vol. 66, no. 4, ss. 730-745, Tillgänglig via: LUBsearch <http://lubsearch.lub.lu.se/> [Hämtad 5 maj 2020]

Conca, J. (2015). Making Climate Change Fashionable - The Garment Industry Takes On Global Warming, Tillgänglig online: <https://www.forbes.com/sites/jamesconca/2015/12/03/making-climate-change-fashionable-the-garment-industry-takes-on-global-warming/#7943197079e4> [Hämtad 4 maj 2020]

Deegan, C., & Unerman, J. (2011). *Financial Accounting Theory*. Second European Edition. Maidenhead: McGraw-Hill Education

DiMaggio, P.J., & Powell, W.W. (1983). The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields, *American Sociological Review*, vol. 48, no. 2, ss. 147-160, Tillgänglig via: LUBsearch <http://lubsearch.lub.lu.se/> [Hämtad 28 maj 2020]

Dowling, J., & Pfeffer, J. (1975). Organizational legitimacy: Social Values and organizational behavior, *The Pacific Sociological Review*, vol. 18, no. 1, ss. 122-136, Tillgänglig via: LUBsearch <http://lubsearch.lub.lu.se/> [Hämtad 18 maj 2020]

Europaparlamentets och rådets direktiv 2014/95/EU av den 22 oktober 2014 om ändring av direktiv 2013/34/EU vad gäller vissa stora företags och koncerners tillhandahållande av icke-finansiell information och upplysningar om mångfaldspolicy. Tillgänglig online: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SV/TXT/?uri=CELEX%3A32014L0095> [Hämtad 25 maj 2020]

Fair Action. (2020). Kläder, Tillgänglig online:

<https://fairaction.se/granskningar/branscher/klader/> [Hämtad 13 maj 2020]

Fairtrade Sverige. (2017). Vår konsumtion påverkar världen, Tillgänglig online:

<https://fairtrade.se/var-konsumtion-paverkar-varlden/> [Hämtad 4 maj 2020]

Filippa K. (2019). Sustainability Report 2018, Tillgänglig online: [https://www.filippa-](https://www.filippa-k.com/globalassets/filippa-k-sustainability-report_2018_updated.pdf?ref=080A969CF4)

[k.com/globalassets/filippa-k-sustainability-report_2018_updated.pdf?ref=080A969CF4](https://www.filippa-k.com/globalassets/filippa-k-sustainability-report_2018_updated.pdf?ref=080A969CF4) [Hämtad 6 maj 2020]

Filippa K. (2020a). Om Filippa K, Tillgänglig online: <https://www.filippa-k.com/sv/om-oss>

[Hämtad 4 maj 2020]

Filippa K. (2020b). Hållbarhet hos Filippa K, Tillgänglig online: [https://www.filippa-](https://www.filippa-k.com/sv/hallbarhet-hos-filippa-k)

[k.com/sv/hallbarhet-hos-filippa-k](https://www.filippa-k.com/sv/hallbarhet-hos-filippa-k) [Hämtad 25 maj 2020]

Filippa K. (2020c). Butiker, Tillgänglig online: <https://www.filippa-k.com/sv/butiker> [Hämtad

25 maj 2020]

Förenta Nationerna. (2019a). FN:s arbete för utveckling och fattigdomsbekämpning, Tillgänglig

online: <https://fn.se/vi-gor/vi-utbildar-och-informerar/fn-info/vad-gor-fn/fns-arbete-for-utveckling-och-fattigdomsbekampning/> [Hämtad 4 maj 2020]

Förenta Nationerna. (2019b). Agenda 2030 - globala mål för hållbar utveckling, Tillgänglig

online: <https://www.globalamalen.se/om-globala-malen/> [Hämtad 4 maj 2020]

Gina Tricot. (2019). Sustainability Report 2018, Tillgänglig online:

https://www.ginatricot.com/cms/work/sustainability/policys/ha%CC%8Allbarhetsredovisning_april_2018_webb.pdf [Hämtad 6 maj 2020]

Gina Tricot. (u.å.a). Om Gina Tricot, Tillgänglig online:

<https://www.ginatricot.com/se/foretagsinformation/om-ginatricot> [Hämtad 13 maj 2020]

Gina Tricot. (u.å.b). Nyheter och de senaste trenderna, Tillgänglig online:
https://www.ginatricot.com/se/start?gclid=EAIaIQobChMIIm_2Op_f76AIVUeh3Ch2kjgFkEAA_YASAAEgIk__D_BwE [Hämtad 13 maj 2020]

Gina Tricot. (u.å.c). Hållbarhetsredovisning, Tillgänglig online:
<https://www.ginatricot.com/se/hallbarhet/hallbarhetsredovisning> [Hämtad 6 maj 2020]

Gina Tricot. (u.å.d). Hållbarhet, Tillgänglig online:
<https://www.ginatricot.com/se/hallbarhet/hallbarhets-arbete> [Hämtad 6 maj 2020]

Global Reporting Initiative. (2013). 19 - Textile Apparel Footwear and Luxury Goods, Tillgänglig online, <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/19-Textiles-Apparel-Footwear.pdf> [Hämtad 5 maj 2020]

Global Reporting Initiative. (u.å.). About GRI, Tillgänglig online:
<https://www.globalreporting.org/information/about-gri/Pages/default.aspx> [Hämtad 5 maj 2020]

Goworek, H., Oxborrow, L., Claxton, S., McLaren, A., Cooper, T., & Hill, H. (2018). Managing sustainability in the fashion business: Challenges in product development for clothing longevity in the UK, *Journal of Business Research*, Tillgänglig via: LUBsearch <http://lubsearch.lub.lu.se/> [Hämtad 5 maj 2020]

Higgins, C., & Walker, R. (2012). *Ethos, logos, pathos*: Strategies of persuasion in social/environmental reports, *Accounting Forum*, vol. 36, no. 3, ss. 194-208, Tillgänglig via: LUBsearch <http://lubsearch.lub.lu.se/> [Hämtad 4 maj 2020]

Jackson, G., Bartosch, J., Avetisyan, E., Kinderman, D. & Knudsen, J. S. (2019). Mandatory Non-financial Disclosure and Its Influence on CSR: An International Comparison, *Journal of Business Ethics*, vol. 162, ss. 323-342, Tillgänglig via: LUBsearch <http://lubsearch.lub.lu.se/> [Hämtad 18 maj 2020]

Jonnergård, K. (2020). Föreläsning: Metod: Hypoteser, innehållsanalyser, kodning, FEKH69, powerpoint presentation, LUSEM Lund, 16 april 2020

Junior, R.M., Best, P.J., & Cotter, J. (2014). Sustainability reporting and assurance: a historical analysis on a world-wide phenomenon, *Journal of Business Ethics*, vol. 120, no. 1, ss. 1-11, Tillgänglig via: LUBsearch <http://lubsearch.lub.lu.se/> [Hämtad 5 maj 2020]

Kozlowski, A., Bardecki, M., & Searcy, C. (2012). Environmental Impacts in the Fashion Industry, *Journal of Corporate Citizenship*, vol. 35, ss. 17-36, Tillgänglig via: LUBsearch <http://lubsearch.lub.lu.se/> [Hämtad 4 maj 2020]

McNeill, L. S., & Snowdon, J. (2019). Slow fashion – Balancing the conscious retail model within the fashion marketplace, *Australasian Marketing Journal*, vol. 27, ss. 215-223, Tillgänglig via: LUBsearch <http://lubsearch.lub.lu.se/> [Hämtad 5 maj 2020]

Nationalencyklopedin. (u.å.). Hållbar utveckling, Tillgänglig online: <https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/h%C3%A5llbar-utveckling> [Hämtad 4 maj 2020]

Palmer, D., Biggart, N., & Dick, B. (2008). Is the new institutionalism a theory?, *The SAGE handbook of organizational institutionalism*, London: SAGE Publications Ltd, Tillgänglig online: https://sk.sagepub.com/reference/download/hdbk_organinstitution/n32.pdf [Hämtad 29 maj 2020]

Roos, S., & Larsson, M. (2018). Klimatdata för textilier, Sverige: Naturvårdsverket, Tillgänglig online: <https://www.naturvardsverket.se/upload/miljoarbete-i-samhallet/miljoarbete-i-sverige/uppdelat-efter-omrade/hallbar-konsumtion/rapport-klimatdata-for-textilier-swerea-2018.pdf> [Hämtad 29 maj 2020]

SFS 1995:1554. Årsredovisningslag. Stockholm: Justitiedepartementet. Tillgänglig online: [Årsredovisningslag \(1995:1554\) Svensk författningssamling 1995:1995:1554 tom SFS 2019:286](#) [Hämtad 4 maj 2020]

SFS 2018:1613. Förordning om plastbärkassar. Stockholm. Justitiedepartementet. Tillgänglig online: [Förordning \(2016:1041\) om plastbärkassar Svensk författningssamling 2016:2016:1041 tom SFS 2018:1613](#) [Hämtad 29 maj 2020]

Unicef. (u.å.). Millenniemålen, Tillgänglig online: <https://unicef.se/vad-vi-gor/millenniemalen> [Hämtad 4 maj 2020]

United Nations Development Programme. (2015). Global målen, Tillgänglig online: <https://fairtrade.se/var-konsumtion-paverkar-varlden/> [Hämtad 4 maj 2020]

Wilmshurst, T., & Frost, G. (2000). Corporate environmental reporting: A test of legitimacy theory, *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, vol. 13, no. 1, ss. 10-26, Tillgänglig via: Google Scholar <https://scholar.google.com/> [Hämtad 4 maj 2020]

World Wildlife Fund. (2020). Cotton, Tillgänglig online: <https://www.worldwildlife.org/industries/cotton> [Hämtad 4 maj 2020]

Appendix

Bilaga 1. Motivering för val av underkategorier

Huvudkategori	Underkategori	Motivering för val av underkategorier
Miljö	Bomull	Bomull är ett av de vanligaste materialen inom textilindustrin och står för en stor negativ miljöpåverkan, på grund av att det används stora mängder vatten och bekämpningsmedel vid odlingen av bomull (GRI, 2013).
	Vattenförbrukning	I klädindustrin förbrukas en stor mängd vatten, inte endast vid odling av bomull utan även färgning av kläder (GRI, 2013).
	Föroreningar	Enligt Europaparlamentets och rådets direktiv (2014/95/EU) bör ett företags hållbarhetsrapport innehålla information om verksamhetens konsekvenser gällande luftföroreningar.
	Energiförbrukning	Klädindustrin är en energikrävande industri med avseende på bland annat tillverknings- och transportfasen (GRI, 2013).
	Koldioxid	Enligt EU-direktivet 2014/95/EU bör ett företags hållbarhetsrapport innehålla information om företagets växthusgasutsläpp.
	Transport	På grund av dess negativa miljöpåverkan och mer specifikt den stora mängden utsläpp av koldioxid transport står för (GRI, 2013).
	Återvunnet material	Kläder tillverkade av återvunnet material har ofta, i jämförelse med kläder tillverkade av icke-återvunnet material, en lägre miljöpåverkan (GRI, 2013).
	Användning av plast	Förordning (2016:1041) om plastbärkassar infördes år 2016 i syfte om att minska användningen av plast i yrkesmässiga verksamheter.
Sociala förhållanden och personal	Jämställdhet	EU-direktivet 2014/95/EU rekommenderar att företags hållbarhetsrapport bör innehålla åtgärder företaget gör för att öka jämställdheten.
	Mångfald	Enligt EU-direktivet 2014/95/EU bör företags hållbarhetsrapport inkludera hur de arbetar med sin mångfaldspolicy.
	Bekämpning av diskriminering	Enligt GRI (2013) är diskriminering vanligt förekommande i klädindustrin.
	Hälsa och säkerhet	Enligt EU-direktivet 2014/95/EU bör företag som framställer en hållbarhetsrapport inkludera hur de arbetar för att säkerställa hälsa och säkerhet på arbetsplatsen.
	Arbetsvillkor	Många företag i klädindustrin använder sig av arbetskraft i utvecklingsländer där arbetsförhållanden inte alltid är rättvisa (GRI, 2013).
	Arbetsstid	
	Lön	Outsourcing till länder med låga löner är vanligt förekommande i klädindustrin (GRI, 2013).
Respekt för mänskliga rättigheter	Mänskliga rättigheter	Enligt EU-direktivet 2014/95/EU bör företag i sin hållbarhetsrapport inkludera information hur de arbetar för att förebygga brott mot mänskliga rättigheter. Med tanke på att det är vanligt förekommande i klädindustrin att använda sig av arbetskraft i utvecklingsländer där arbetsförhållanden inte alltid är i enlighet med mänskliga rättigheter (GRI, 2013).
	Bekämpning av barnarbete	
	Bekämpning av människohandel	
Motverkande av korruption	Bekämpning av korruption	I EU-direktivet 2014/95/EU framgår det att företag i sin hållbarhetsrapport bör redovisa om hur de arbetar för att bekämpa korruption.

Bilaga 2: Sammanställning av samtlig data från CONI

