

CSR och de fyra storbankerna

- En kvalitativ innehållsanalys av storbankernas CSR-kommunikation

Av: Buthaina Abo Shkir & Robin Rydqvist

Handledare: Mikael Lönnborg & Darush Yazdanfar

Södertörns högskola | Institutionen för samhällsvetenskaper

Magisteruppsats 30 hp

Företagsekonomi, magisteruppsats | Vårterminen 2018



Sammanfattning

Bakgrund och problematisering: Kraven på CSR har ökat i både Sverige och i omvärlden. En bransch som under 2000-talet har ökat sitt engagemang i CSR-frågor är banksektorn. Banker har en stor ekonomisk betydelse för samhället, men även en stor betydelse för hållbarhet och social utveckling. Banker är aktiva i socialt ansvarstagande företag och är benägna att redovisa information om sina CSR-aktiviteter. Trots detta har banker inte haft en stor uppmärksamhet inom CSR-forskningen jämfört med andra sektorer. Likaså har få studier inom CSR varit longitudinella.

Syfte: Syftet med detta arbete är att beskriva och analysera hur de fyra största svenska bankerna, Handelsbanken, SEB, Nordea och Swedbank har presenterat sina CSR-aktiviteter under perioden 2000–2010.

Frågeställning: Hur har CSR-aktiviteterna utformats inom de fyra största bankerna i Sverige mellan åren 2000–2010?

Metod: För denna undersökning har en kvalitativ innehållsanalys av storbankernas års- och hållbarhetsredovisningar mellan åren 2000–2010 genomförts. I innehållsanalysen tillämpades en framväxande kodning där kategorier utformades efter en granskning av det empiriska materialet. Innehållet delades in i fyra teman; intressenter, miljö, etik och filantropi.

Resultat och slutsats: Resultaten i denna undersökning visar att bankerna har utformat CSR-aktiviteter inom liknande områden vilka är intressenter, miljö, etik och filantropi. Alla bankerna hade utökat sina ansvarsåtaganden och haft ett aktivt deltagande i CSR-frågor genom åren 2000–2010. Skillnaderna i deras CSR-arbete ligger mest på när bankerna har utvecklat sina aktiviteter, men CSR-arbetet inom storbankerna har i slutändan tenderat att likna varandra.

Nyckelord: Kvalitativ innehållsanalys, storbanker, banker, CSR, Corporate Social Responsibility

Abstract

Background and problematization: The demands of CSR have increased in both Sweden and the rest of the world. A sector which has during the 2000s increased its commitment to CSR issues is the banking industry. Banks have a great economic importance for society, but also a great importance for sustainability and social development. Banks are active in socially responsible companies and are inclined to report information about their CSR activities. Despite this, banks have not had a great attention in the field of CSR research compared to other sectors. Few studies within CSR have also been longitudinal.

Purpose: The purpose of this study is to describe and analyze how the four largest Swedish banks Handelsbanken, SEB, Nordea and Swedbank have presented their CSR activities during 2000-2010.

Research question: How have the CSR activities been formed within the four largest banks in Sweden between the years 2000-2010?

Methods: For this study has a qualitative content analysis of the four largest banks annual reports and sustainability reports during 2000-2010 been conducted. In the content analysis, emerging coding has been used where categories were developed after an examination of the empirical material. The content was divided into four themes: stakeholders, environment, ethics and philanthropy.

Result and conclusion: The result in this study shows that the banks have presented CSR activities in similar areas which are stakeholders, environment, ethics and philanthropy. All the banks had extended their responsibilities and had an active participation in CSR issues during 2000-2010. The differences between their CSR activities are mostly when they developed them, but in the end the banks have tended to be similar in their CSR.

Keywords: Qualitative content analysis, major banks, banks, CSR, Corporate Social Responsibility

Innehållsförteckning

1. Introduktion	1
1.1 Bakgrund	1
1.2 Problematisering	2
1.3 Syfte	3
1.4 Frågeställning	3
1.5 Avgränsningar	4
2. Teoretisk referensram	5
2.1 CSR:s framväxt	5
2.2 CSR-definition	5
2.3 Kritik mot CSR	8
2.4 CSR och banksektorn	8
2.5 Varför bedriver företag CSR-aktiviteter?	9
2.5.1 Legitimitet	9
2.5.2 Institutionell teori (isomorfism)	11
2.5.3 Intressentteori	12
2.5.4 The Theory of Planned Behaviour	13
2.6 Operationalisering av teorier	14
3. Metod	15
3.1 Population och urval	16
3.2 Datainsamling	16
3.3 Metodkritik	17
3.4 Källkritik	18
4. Empiri	20
4.1 Storbankernas bakgrund	20
4.2 Intressenter	22
4.3 Miljö	26
4.4 Etik	30
4.5 Filantropi	31
5. Analys	34
5.1 Storbankerna och intressenter	34
5.2 Storbankerna och miljö	36
5.3 Storbankerna och etik	39

5.4 Storbankerna och filantropi	40
6. Diskussion och slutsats.....	43
Källförteckning.....	
Bilagor	
Bilaga 1	
Bilaga 2	

Figurförteckning

Figur 1: Carrolls pyramid för CSR	6
Figur 2: Tre domäner för CSR	7

Tabellförteckning

Tabell 1: Storbankernas hållbarhetsrapportering	26
Tabell 2: Antagna frivilliga överenskommelser	28
Tabell 3: Storbankernas etiska och miljöinriktade fondutbud	28

1. Introduktion

1.1 Bakgrund

Vilket samhällsansvar krävs av ett företag? Att enbart ha som syfte att maximera vinsten för ägarna är väl det ansvar som krävs av företagen? Därmed kan företagen utveckla samhället genom att skapa arbetstillfällen, bidra med produkter och tjänster och uppfylla kunders behov (Grafström, Göthberg & Windell 2008, s. 16). Redan på 1800-talet riktades det kritik mot fabrikerna i de anglosaxiska länderna då de ansågs vara ansvariga för vissa sociala problem som barnarbete och dåliga arbetsförhållanden. Under denna period började näringsidkare att arbeta med filantropi, men det var ibland svårt att se om det var individen eller företaget som skänkte till välgörenhet. Fram till 1950-talet var företag oftast filantropiska, där välgörenhet var bland det vanligaste. (Carroll 2008) Under de senare årtionden utvecklades begreppet Corporate Social Responsibility (CSR) och en debatt bröt ut huruvida företag ska inom lagens ramar maximera sin vinst för ägarna eller om företagen har ytterligare ansvar gentemot samhället (Carroll 1991; Schwartz & Carroll 2003; Garriga & Melé 2004).

CSR har ingen enhetlig definition (Dahlsrud 2008; Rahman 2011), men det brukar oftast definieras som att företag har ekonomiska, legala och etiska ansvar i samhället (Schwartz & Carroll 2003; Carroll 1991). Företagens sociala ansvar kan tolkas som att företag bör maximera nyttan för samhället eller undvika handlingar som påverkar samhället negativt (Grafström et al. 2008, s. 15). Det kan till exempel beröra ämnen som arbetarrättigheter, mänskliga rättigheter, miljöpåverkan eller välgörande ändamål (Carroll 1991). I denna studie har vi utgått från Schwartz och Carrolls (2003) och Carrolls (1991) definitioner vid utvecklandet av egna teman av CSR, vilka vi identifierade som intressenter, miljö, etik och filantropi.

Föreställningar om vad företagens ansvar är har förändrats över tid (Grafström et al. 2008, s. 16). Kraven på CSR har ökat de senaste 20 åren, både i Sverige och i omvärlden (Grafström et al. 2008, s. 43). Kraven har ökat på grund av flera drivkrafter som företagsskandaler och börsfall men även påtryckningar från politiker och investerare (Borglund, De Geer & Hallvarsson 2009, s. 49–57). Regeringen har ställt krav på att företag ska agera ansvarsfullt genom att följa internationella normer och riktlinjer, minimera negativ påverkan på samhället,

samt bidra till en hållbar samhällsutveckling. Flera internationella riktlinjer för ansvarsfullt och hållbart företagande har utformats, exempelvis OECD:s riktlinjer för multinationella företag och FN:s Global Compact. Dessa är två av flera riktlinjer som den svenska regeringen förväntar sig att företag som är verksamma i Sverige eller i utlandet har som utgångspunkt för sin verksamhet. (Regeringen 2015)

1.2 Problematisering

Att företag ska arbeta med CSR har fått fullt genomslag i Sverige, eftersom det anses vara värdeskapande för ägarna och är en del av vinstmaximeringen på lång sikt (Borglund et al. 2009, s. 97) I en enkätundersökning av Svensk Handel (u.å.) ansåg svenska företag av varierande storlekar och verksamheter att företag ska vara vinstmaximerande men samtidigt ta socialt ansvar, eftersom de ansåg att social och hållbar utveckling är nyckelfaktorer för långsiktig framgång och överlevnad. Vidare ansåg de att som företag behöver man arbeta med sociala frågor för att kunna överleva på sikt, och att arbetet med ansvarsfullt företagande anses vara lönsamt då det kan leda till ett stärkt varumärke och nöjda medarbetare och kunder. (Svensk Handel u.å.) CSR har blivit en nödvändighet för många av dagens företag (Sapkauskiene & Leitoniene 2014). För företag som riskerar dåligt anseende, exempelvis transportföretag som ofta utsätts för kritik, är det viktigt att visa att företaget tar ansvar. Nya typer av branscher har tidigare inte arbetat med CSR, men har på senare tid börjat att adressera ansvarsfrågor. En bransch som har hållit en låg profil inom detta område, men som under 2000-talet har ökat sitt engagemang är banksektorn. (Borglund et al. 2009, s. 99–100)

Att arbeta med CSR har blivit mer förekommande (Sapkauskiene & Leitoniene 2014; Borglund et al. 2009), men vilka typer av CSR-aktiviteter har företag arbetat med? En typ av företag vars CSR-aktiviteter som inte har undersökts i en lika stor utsträckning som andra inom forskningsfronten är banker. (Sapkauskiene & Leitoniene 2014; Branco & Rodrigues 2008a; Carnevale, Mazzuca & Venturini 2012). De svenska bankerna har en betydande roll i det finansiella systemet. De har som uppgift att omvandla sparande till finansiering, hantera risker och erbjuda effektiva betalningslösningar för hushåll och företag. (Finansinspektionen 2017; Riksbanken 2016; Svenska Bankföreningen 2014) Banker har en viktig roll för tillväxt och välfärd. Alla i Sverige är beroende av dem. (Svenska Bankföreningen 2014) Utan ett väl fungerande banksystem skulle stora kostnader uppstå (Finansinspektionen 2017). Banker har en stor ekonomisk betydelse för samhället då de bland annat värderar finansiella tillgångar

och ställer krav på låntagare (Scholtens 2009). Samtidigt har banker en betydelse för hållbarheten och den sociala utvecklingen (Scholtens 2006), exempelvis ställer de etiska krav på andra företag vid kreditgivning (Finansinspektionen 2015). Bankerna har ett aktivt deltagande i socialt ansvarstagande företag och är benägna att redovisa information om sina CSR-aktiviteter (Sapkauskiene & Leitoniene 2014; Carnevale, Mazzuca & Venturini 2012), men trots detta har banker inte haft en stor uppmärksamhet inom CSR-forskningen jämfört med andra sektorer. (Sapkauskiene & Leitoniene 2014; Branco & Rodrigues 2008a; Carnevale, Mazzuca & Venturini 2012). Likaså har få studier inom det välstuderade området CSR varit longitudinella (Aguinis & Glavas 2012), vilket ger skäl till att undersöka banker över en flerårsperiod för att se utvecklingen av deras utformning av CSR-aktiviteter. Vad har de haft fokus på genom åren? Miljö? Etik? Hur har banker utformat sina CSR-aktiviteter?

1.3 Syfte

Syftet med denna studie är att beskriva och analysera hur de fyra största svenska bankerna, Handelsbanken, SEB, Nordea och Swedbank har presenterat sina CSR-aktiviteter under perioden 2000–2010.

1.4 Frågeställning

Hur har CSR-aktiviteterna utformats inom de fyra största bankerna i Sverige mellan åren 2000–2010?

Delfrågor:

- Vilka aktiviteter har storbankerna utformat gentemot sina intressenter?
- Vilka åtgärder har storbankerna presenterat inom sitt miljöarbete?
- Vilka filantropiska aktiviteter har storbankerna beskrivit?
- Vilka etiska aktiviteter har storbankerna presenterat?
- Vilka skillnader och likheter föreligger mellan storbankernas CSR-aktiviteter?

1.5 Avgränsningar

Vi har valt att avgränsa oss till CSR-aktiviteter inom banksektorn i Sverige mellan åren 2000–2010. Eftersom den svenska bankmarknaden domineras av de fyra största bankerna, har vi valt att undersöka Handelsbanken, SEB, Nordea och Swedbank. Undersökningen har avgränsats till att studera årsredovisningar och hållbarhetsrapporter eftersom vi vill veta hur bankerna presenterat sina CSR-aktiviteter inom de fyra områdena intressenter, miljö, etik och filantropi. Vi har valt att inte genomföra intervjuer eftersom vi inte vill veta bankernas uppfattning om CSR utan hur bankerna har presenterat sina CSR-aktiviteter. Varför vi inte undersökte webbsidor beror på att års- och hållbarhetsredovisningar är en primär kommunikationskälla för CSR (Lock & Seele 2015) och att innehållet i dessa är mer omfattande jämfört med webbsidor. Tidsavgränsningen fastställdes efter att vi gjorde en databassökning på nyckelorden “CSR”, “Corporate Social Responsibility”, “Ansvarsfullt företagande”, “Hållbarhet” och “Sustainability” och fann att antal sökträffar ökade markant mellan åren 2000–2017, varför vi valde att utgå från år 2000. Efter att vi hade läst rapporterna mellan åren 2000–2016 fann vi att rapporteringen under perioden 2011–2016 är likartad i både utformning och utveckling av aktiviteter. Därför avgränsades undersökningen till 2000–2010 där skillnaderna i rapporteringen var mer märkbar och bankernas CSR-aktiviteter utvecklades allt mer.

2. Teoretisk referensram

2.1 CSR:s framväxt

CSR är en förkortning av det engelska begreppet Corporate Social Responsibility och handlar om företagets ansvar i samhället (Grankvist 2012, s.15). Begreppet har utvecklats över tid (Carroll 1979) och i de tidiga skrifterna om CSR hänvisades det oftare till socialt ansvar (SR) än CSR. Forskningen inom ämnet social responsibility började med Howard R. Bowen (2013:1953) som diskuterade kring konsekvenserna av företagsbesluten i samhället och vilket ansvar som kunde ställas på affärsmännen. Under 1960-talet blev det en betydande tillväxt inom området socialt ansvar (Carroll 2008) och vidare under 1970-talet analyserade Carroll (1979) olika definitioner av socialt ansvar och kategoriserade företagets sociala ansvar. Enligt Carroll omfattades företagets ansvar av fyra grundläggande områden vilka är ekonomiskt ansvar, legalt ansvar, etiskt ansvar och filantropiskt ansvar (Carroll 1979). Senare införlivade han sina fyra kategorier i en "Pyramid för företagets sociala ansvar" (Carroll 1991).

2.2 CSR-definition

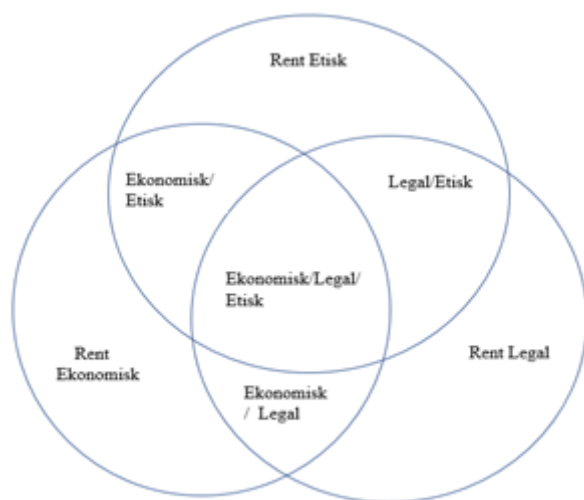
Det finns ingen enhetlig definition av begreppet CSR (Dahlsrud 2008; Rahman 2011), men Carrolls pyramid har blivit en standardmodell inom forskningen (Schwartz & Carroll 2003; Carroll 2016; Baden 2016). Pyramiden delar in fyra olika ansvarsområden inom CSR. Grunden för pyramiden är det ekonomiska ansvaret eftersom företagets grundläggande syfte är att vara vinstskapande. Sedan kommer legalt ansvar eftersom verksamheten förväntas att följa de lagar och regler som myndigheter har utformat. Nästa är det etiska ansvaret som förklarar skyldigheten att utöver lagen göra det som är rätt och rättvist för att undvika eller minimera skada för intressenter. I toppen av pyramiden kommer det filantropiska ansvaret där företaget ska vara en bra samhällsmedborgare genom att engagera sig i samhället, exempelvis skänka till välgörenhet. (Carroll 1991).



Figur 1: Carrolls pyramid för CSR (Carroll 1991)

På grund av att pyramiden hade blivit en standardmodell inom forskningen var det enligt Schwartz och Carroll (2003) lämpligt att pröva om den kunde modifieras eller förbättras. De fann tre problem med pyramiden: illustrationen av en pyramid kunde misstolkas som att modellen var en hierarki av CSR; en pyramid kunde inte visa överlappningen av de olika domänerna, och filantropi borde inte separeras som en egen kategori av företagsansvar.

Efter denna kritik mot pyramidmodellen, föreslog Schwartz och Carroll (2003) ett alternativt tillvägagångssätt för att definiera CSR. De utvecklade pyramiden till en ny modell indelad i tre domäner. Denna modell för CSR består av tre ansvarsområden, ekonomisk, legal och etisk. Modellen överensstämmer med Carrolls fyrdelade pyramid, men den filantropiska kategorin delades på etiska och/eller ekonomiska områden. Till skillnad från pyramiden, där ansvarsområdena var hierarkiska förslår denna modell att ingen av de tre ansvarsområdena är viktigare än de andra.



Figur 2: Tre domäner för CSR (Schwartz & Carroll 2003)

Med ekonomiskt ansvar syftar Schwartz och Carroll (2003) på de aktiviteter som har både direkta och indirekta ekonomiska konsekvenser för ett företag. Legalt ansvar handlar om företagets respons på lagliga förväntningar av samhället där företagen är verksamma. Det etiska ansvaret hänvisar till det etiska ansvaret som allmänheten och relevanta intressenter förväntar sig från företagen. Dessa ansvar kan antingen vara helt rena eller överlappa med varandra, vilket innebär att en aktivitet kan till exempel vara både etisk och legal. (Schwartz & Carroll 2003)

Schwartz och Carroll (2003) menar att det kan riktas en kritik mot de tre rena domänerna. De tre domänerna är sammanvävda och går inte att separera. Författarna menar att domänerna kommer att överlappa med andra domänerna åtminstone till en viss del. Till exempel kan en "rent ekonomisk" åtgärd överensstämma med lag. Rena aktiviteter är sällsynta vilket begränsar den praktiska tillämpningen av modellen.

Allt fler definitioner av CSR har utvecklats (Carroll 2016). Definitionerna skiljer sig åt, Baden (2016) ser det etiska ansvaret som grundläggande, medan Kelabi och Nalband (2014) anser att det legala ansvaret genomsyrar allt. Bland alla utvecklade definitioner av CSR är Carrolls pyramid fortfarande en standardmodell inom forskningen (Schwartz & Carroll 2003; Carroll 2016; Baden 2016; Kelabi och Nalband 2014). Dock har pyramiden brister, varför vi även har utöver pyramiden valt att utgå från Schwartz och Carrolls tre domäner som beskriver hur olika ansvarsområden kan överlappa varandra.

2.3 Kritik mot CSR

Diskussionen kring ämnet CSR har haft både förespråkare och motståndare. CSR-motståndare anser att maximera vinsten för aktieägarna är företagens främsta uppgift istället för att fokusera på sociala frågor (Friedman, 1970; Borglund et al. 2009; Davis 1973), och att företagen bidrar på bästa möjliga sätt till samhället genom att maximera vinsten (Grafström et al. 2008, s. 40). Motståndet mot CSR började med Milton Friedman (Carroll & Shabana 2010) som argumenterade för att företagen inte har något ansvar mot sociala frågor. Han ansåg att individer måste ta socialt ansvar och inte företagen (Friedman 1970). Om företagen tar socialt ansvar betyder det ytterligare kostnader (Davis 1973), vilket innebär en mindre vinst. Vidare anser Davis (1973) att det finns brist på sociala färdigheter. Han menar att affärsmän saknar kompetens att ta socialt ansvar (Davis 1973).

En annan kritik mot CSR är att det är svårt för företagsledningen att bestämma vilka intressenter som är de viktigaste. Aktieägarna har rätt att bestämma över företaget och dess vinst utan att ta hänsyn till andra intressenters krav (Borglund et al. 2009, s.79). Men vad betyder CSR egentligen för företagen? Hur definierar de CSR? Det varierar från företag till företag hur de tolkar socialt ansvar och vad det betyder i praktiken (Grafström et al. 2008, s. 38). Att företag har egenkonstruerade definitioner av CSR är problematiskt då det är format efter företagens och inte omgivningens intressen (Milne, Kearins & Walton 2006).

2.4 CSR och banksektorn

Miljö och hållbarhet är mycket angelägna frågor för den finansiella sektorn (Finansinspektionen 2015). Finansmarknaden har en viktig roll i utvecklingen mot ett hållbart samhälle (Regeringen 2016). Enligt Bankföreningen har bankerna i Sverige inkluderat CSR-arbete som en viktig del i sin verksamhet. De bedriver en affärsverksamhet med ansvarsfullt och hållbart tänkande ur ett ekonomiskt, miljömässigt och socialt perspektiv. De flesta bankerna följer internationella riktlinjer för CSR-arbete som till exempel FN:s principer för ansvarsfulla investeringar. (Svenska Bankföreningen 2017a)

Bankverksamheter har inte en hög direkt klimatpåverkan, utan den största påverkan är indirekt genom kreditgivning som i sin tur påverkar samhälle och klimat (Finansinspektionen 2016). Därför har banker interna regler för att bedöma miljörisker som en del av kreditrisken vid kreditgivningen. Banker väger in miljö- och hållbarhetsperspektiv i större omfattning än

vad lagen kräver och följer internationellt accepterade principer eller har anslutit sig till internationella standarder. (Finansinspektionen 2015)

En viktig aktör för bankmarknaden är branschorganisationen Svenska Bankföreningen. Svenska Bankföreningen utreder och lämnar synpunkter på förslag om lagar och föreskrifter som berör de svenska bankerna, exempelvis etiska riktlinjer (Svenska Bankföreningen u.å.a; u.å.b). De har även varit med och initierat en finansiell koalition mot barnpornografi, vilket de beslutade år 2009 att alla banker skulle ansluta sig till (Finanskoalitionen u.å.)

2.5 Varför bedriver företag CSR-aktiviteter?

2.5.1 Legitimitet

Legitimitetsteorin bygger på idén att det finns ett socialt kontrakt mellan företag och samhälle där samhället tillåter företaget att fungera så länge det agerar i enlighet med samhällets normer och värderingar (Farache & Perks 2010). Organisationer försöker ständigt uppfattas som att de verkar inom de gränser och normer som existerar inom samhället. De vill att deras aktiviteter ska uppfattas av utomstående som socialt legitima. De gränser och normer som organisationer förväntas att följa är inte konstanta, utan förändras över tid vilket gör att organisationer alltid måste rätta sig efter rådande etiska och moraliska riktlinjer. (Deegan 2013, s. 343) Legitimitet har definierats på flera olika sätt. Enligt Dowling och Pfeffer (1975, s. 122) kan legitimitet betecknas som “Congruence between the social values associated with or implied by organisational activities and the norms of acceptable behavior in the larger social system“. Suchman (1995 s.574) definierar legitimitet som “A generalized perception or assumption that the actions of an entity are desirable, proper, or appropriate within some socially constructed system of norms, values, beliefs, and definitions.”.

Organisationer strävar efter social legitimitet då det är avgörande för en organisations överlevnad (Dowling & Pfeffer 1975; O’Donovan 2002) och tillväxt (Zimmerman & Zeitz 2002). Inga organisationer har en naturlig rätt till resurser eller sin egna existens, utan de existerar endast om omgivningen anser att de är legitima (Deegan 2002). Organisationer kan bara fortsätta att existera om samhället där de är verksamma i uppfattar att organisationen har ett värdesystem som står i relation till samhällets egna värdesystem (Gray, Owen & Adams 1996, s.46). Legitimitet leder till att organisationer kan fortleva, eftersom omgivningen blir

mer benägen att förse mer socialt överensstämmande organisationer med resurser. Legitimitet påverkar inte bara beteendet mot organisationer, utan även uppfattningen. Omgivningen uppfattar legitima organisationer inte enbart som mer värdefulla utan även som mer meningsfulla, förutsägande och pålitliga. (Suchman 1995) Detta är de positiva effekter som uppstår när en organisation efterföljer sitt sociala kontrakt, dock kan en organisations överlevnad hotas om samhället uppfattar att organisationen har brutit detta kontrakt. Omgivningen kan upphäva det sociala kontrakt som råder om en organisation verkar på ett oacceptabelt och illegitimt sätt. Detta kan ske genom minskad efterfrågan av organisationens produkter eller vägran att förse med resurser som arbetskraft eller kapital. (Deegan 2002) För att en organisation ska legitimeras kan organisationen använda flera olika strategier. Enligt Dowling och Pfeffer (1975) måste organisationer anpassa dess produktion, målsättningar och metoder för att uppnå legitimitet. Organisationen kan även försöka att ändra definitionen av social legitimitet genom kommunikation, så att den överensstämmer med organisationens nuvarande verksamhet, produktion och värderingar. Den kan även försöka genom kommunikation att identifieras med symboler, värderingar eller institutioner som har en stark bas av social legitimitet. (Dowling & Pfeffer 1975)

Legitimitetsstrategier kan skilja sig beroende på de olika syften eller mål en organisation har. Organisationer kan försöka få legitimitet, behålla sin nuvarande legitimitet, eller återskapa sin förlorade eller hotade legitimitet (Suchman 1995). Att få legitimitet krävs exempelvis när en organisation flyttar till ett nytt verksamhetsområde. För att få legitimitet kan organisationen välja mellan tre olika strategier. Den första strategin är att organisationen försöker överensstämja med diktaten från tidigare existerande publik inom organisationens nuvarande miljö. Den andra är att välja bland flera miljöer i strävan efter en publik som ska stödja organisationens nuvarande praxis. Den sista strategin är att försöka manipulera miljöstrukturen genom att skapa ny publik och nya legitimerande värderingar (Suchman 1995). Att behålla sin nuvarande legitimitet betraktas lättare än att få legitimitet. Strategier för att behålla legitimitet faller in i två grupper, prognosera framtida förändringar och skydda tidigare prestationer. Att återskapa förlorad eller hotad legitimitet liknar att få legitimitet och samma strategier kan användas (Suchman 1995). Den skillnaden som finns är att återskapande av legitimitet är reaktiv och relaterad till en kris, medan att erhålla legitimitet är inte relaterad till kriser. (O'Donovan 2002)

Ett medel för att få, behålla eller återskapa legitimitet är med hjälp av CSR (Farache & Perks 2010). Företag bedriver och rapporterar CSR-aktiviteter för att legitimera sina verksamheter. Bland annat används finansiella rapporter och hållbarhetsrapporter för att presentera en socialt ansvarstagande bild så att organisationens beteende kan legitimeras (Farache & Perks 2010; Deegan 2002; O'Donovan 2002; Cho & Patten 2007).

2.5.2 Institutionell teori (isomorfism)

Inom institutionell teori är legitimitet länken mellan organisationer och dess omgivning (DiMaggio & Powell 1983). Ett centralt begrepp inom institutionell teori är isomorfism (Deegan 2013, s. 386). Isomorfism är en begränsande process som tvingar en populationsenhet att likna andra enheter i populationen som har samma miljömässiga förhållanden (DiMaggio & Powell 1983). Denna process är ett sätt att erhålla legitimitet och ger förklaringar till varför organisationer inom ett visst organisationsfält tenderar att ta på sig liknande egenskaper och form (DiMaggio & Powell 1983; Deephouse 1996). Med organisationsfält menas populationer av organisationer som är beroende av varandra och deltar i samma kulturella och sociala system, exempelvis leverantörer, konsumenter och organisationer som producerar liknande produkter. (DiMaggio & Powell 1983)

Organisationer utsätts för tryck, vilket påverkar dem att anta liknande struktur, strategi och process som de övriga i organisationsfältet. Inom institutionell teori finns det enligt DiMaggio och Powell (1983) tre olika typer av tryck; tvingande, imiterande och normativ isomorfism. Den första typen av tryck är den tvingande isomorfismen, vilken stammar från politiskt inflytande och legitimitetsproblemet. Denna typ kan existera både i form av formellt och informellt tryck. Organisationer kan uppleva denna typ av tryck från andra organisationer eller från kulturella förväntningar i samhället. Den andra typen, imiterande, förklarar hur företag härmar andra företag som anses som mer legitima eller framgångsrika. Denna typ av tryck uppstår när organisationer möter osäkerhet och därför väljer att efterlikna andra organisationer som anses vara framgångsrika och legitima. Den sista typen, normativ isomorfism, förknippas med professionalisering. Det betyder att tryck uppstår från olika grupper att anta vissa normer och regler som strukturerar arbetet hos företag och som blir bestående (DiMaggio & Powell 1983), exempelvis CSR. Enligt Campbell (2006; 2007) påverkar institutionella förhållanden företags sociala ansvar. Företag agerar mer ansvarstagande om de bemöter statlig reglering, kollektiv självreglering inom branschen,

övervakning från intresseorganisationer och en institutionell omgivning som uppmuntrar CSR.

2.5.3 Intressentteori

Intressentteorin är väldigt lik legitimitetsteorin, då de båda teorierna ser organisationen som en del av ett socialt system som påverkas av handlingar från båda hållen. Dock ligger skillnaden i att legitimitetsteorin beskriver förväntningar från samhället i helhet, medan intressentteorin delar in samhället i särskilda intressentgrupper. Enligt intressentteorin har olika intressenter olika åsikter om hur en organisation ska skötas och att det därför förhandlas flera sociala kontrakt med olika intressentgrupper, istället för enbart ett heltäckande socialt kontrakt med samhället i stort. (Deegan 2002)

Intressentteorin grundar sig i relationen mellan intressenter och företag där intressenter är en nödvändig tillgång som ledningen inom ett företag måste ta hänsyn till. Intressentteorin betonar att överlevnaden och företagets framgång beror i sista hand på dess ömsesidiga interaktioner med sitt nätverk av intressenter. Gynnsamma intressentrelationer genererar långsiktiga konkurrensfördelar för företaget och samhället. (Post, Preston & Sachs 2002) Begreppet intressent hänvisar till de grupper utan vars stöd gör att organisationen upphör att existera. Bland intressenter inkluderas aktieägare, anställda, kunder, leverantörer, långivare och samhället. (Freeman & Reed 1983) Enligt Clarkson (1995) är intressenter de personer eller grupper som har eller kräver, äganderätt, rättigheter eller intressen i ett bolag och dess verksamhet, tidigare, nuvarande eller framtida. Dessa grupper kan delas in i två grupper, de primära, de som har formella eller officiella avtalsförhållanden med företaget, bland annat kunder, anställda, aktieägare som utan deras fortsatta deltagande i företaget inte kan överleva som en fortsatt affärsverksamhet. Den andra gruppen är de sekundära, de som påverkar eller påverkas av bolaget, men som inte är engagerade i transaktioner med bolaget och är inte avgörande för dess överlevnad. (Clarkson 1995)

Det krävs att intressenterna klassificeras i storleksordning, eftersom de inte kan tas i beaktande samtidigt eller få samma uppmärksamhet (Wagner Mainardes, Alves & Raposo 2012). Därför måste organisationer fastställa vilka intressenter som är mest betydelsefulla i form av makt, legitimitet och nödvändighet (Mitchell, Agle & Wood 1997). Eftersom det sociala medvetandet om CSR-frågor har ökat, har pressen likaså ökat hos organisationer att ej enbart se till aktieägarnas bästa (Branco & Rodrigues 2008b). CSR-aktiviteter är ett

användbart sätt för att utveckla och upprätthålla goda relationer med intressenter som aktieägare, långivare och politiska institutioner. Att utveckla ett gott rykte som ett socialt ansvarstagande organisation genom att bedriva och redovisa CSR-aktiviteter ses som en god strategi för att hantera intressentrelationer. (Roberts 1992)

2.5.4 The Theory of Planned Behaviour

Legitimitet kan påverka individers vilja att engagera sig i särskilda beteenden som att antingen motstå eller anamma organisatoriska innovationer som hållbarhetsinitiativ.

Hållbarhetsfrågor integreras alltmer i företagets strategiska och operativa beslutsprocesser och The Theory of Planned Behavior (TPB) har ofta använts för att undersöka attityder som leder till hållbart beteende. Denna teori används för att förklara relationen mellan attityder, avsikter och beteenden. (Thomas & Lamm 2012)

TPB baseras på antagandet att människor agerar på ett förnuftigt sätt; att de tar åt sig all tillgänglig information och ser över följderna av deras handlingar. Intentioner och beteende är en funktion av tre faktorer; attityd mot beteende, subjektiv norm och uppfattad kontroll över beteende. Attityd mot beteende är graden av vilken beteendet värderas som positivt eller negativt. Den förklarar i vilken utsträckning individen gynnar beteendet. Subjektiv norm är det uppfattade sociala trycket att engagera sig eller inte engagera sig i ett beteende. Med uppfattad kontroll över beteende menas att ju mer resurser och möjligheter en individ uppfattar att den har, desto större är den uppfattade kontrollen. Om människor tror att de har en liten kontroll på grund av avsaknad av behövda resurser, även om beteendet är positivt värderat och det existerar en subjektiv norm, är intentionerna till ett beteende lågt värderade. Alla tre faktorerna behövs inte för att förklara en intention. Ibland behövs bara en eller två faktorer för att förklara, ibland alla tre. Relativiteten mellan faktorerna varierar från person till person. (Ajzen 2005, s. 117–118)

2.6 Operationalisering av teorier

Begreppet CSR växte fram under 1900-talet och inga enhetliga definitioner finns. I vår undersökning har vi valt att utgå från Carrolls (1991) pyramid och den vidareutveckling av pyramiden som Schwartz & Carroll (2003) beskrev. Kritiken mot CSR har vi haft i syfte för att undersöka om bankerna prioriterar vinstmaximering och om de har egenkonstruerade definitioner av hur CSR-arbetet ska bedrivas. Vidare har vi fått en överblick om bankernas CSR-arbete för att sedan koppla till hur bankernas CSR har sett ut.

Gemensamt mellan de beskrivna teorierna; legitimitetteorin, intressentteorin, institutionell teori och The Theory of Planned Behaviour är legitimitet. Legitimitetteorin beskriver förväntningar från samhället där alla organisationer försöker att deras aktiviteter uppfattas som legitima av samhället. Detta eftersom social legitimitet är avgörande för organisationers överlevnad och tillväxt. Legitimitetsteorin har använts för att förklara varför banker arbetar med CSR och redovisar om deras CSR-aktiviteter.

Legitimitet är grunden för intressentteorin men till skillnad från legitimitetsteorin delar intressentteorin in samhället i intressentgrupper. Flera sociala kontrakt är upprättade med dem istället för ett heltäckande socialt kontrakt med samhället. Med intressentteorin förklaras varför bankerna tar hänsyn till sina intressenter i olika grad och hur bankerna förbättrar sina intressentrelationer. Intressentteorin har tillämpats vid analysen av temat intressenter.

Inom institutionell teori beskrivs isomorfism som ett sätt för att erhålla legitimitet. Med hjälp av institutionell teori förklaras varför bankerna som verkar inom samma fält tenderar att likna varandra. The Theory of Planned Behaviour (TPB) undersöker relationen mellan attityder, avsikter och beteenden och varför bankerna skiljer sig i att de har utfört en handling eller inte. Detta kan också kopplas till legitimitet då bankerna väljer att utföra en handling för att uppfattas som legitima. TPB har använts för att förklara tidsskillnaderna i bankernas CSR-aktiviteter.

3. Metod

Vi har valt en abduktiv strategi eftersom det passar vårt syfte där den existerande teorin inte kan förklara problemet som undersöks. Denna strategi har en del drag av både induktion och deduktion. Induktion utgår från empirisk fakta och deduktion utgår från teori. I abduktion används empiri och teori successivt för att skapa förståelse (Alvesson & Sköldberg 2008, s. 55–56). Studien har en longitudinell design som används för att kartlägga förändringar och betyder att urvalet studeras vid flera mättillfällen (Bryman & Bell 2017, s.85). Eftersom studiens syfte är att beskriva och analysera hur CSR-aktiviteterna har presenterats inom de svenska storbankerna under en viss tidsperiod är en kvalitativ ansats lämplig för vår undersökning. Kvalitativa metoder har sitt primära mål i att skapa förståelse för ett fenomen till skillnad från en kvantitativ metod som enbart söker att generalisera data (Forman & Damschroder 2008). I denna studie har vi utfört en kvalitativ innehållsanalys av års- och hållbarhetsredovisningar. En innehållsanalys gör det möjligt att förbättra förståelsen av data. Syftet med en innehållsanalys är att uppnå en sammanfattad och bred beskrivning av fenomenet som undersöks (Elo & Kyngäs 2008).

Inom kvalitativ innehållsanalys finns det två generella strategier, analytisk induktion och Grounded theory (Bryman & Bell 2017, s.539). I denna studie har vi använt inslag av Grounded theory som tillvägagångssätt vid dataanalysen. Vi har inte inriktat oss på utveckling av ny teori. Inslaget av Grounded theory som vi har använt är vid insamlingen och analysen av data som har skett parallellt och i en växelverkan med varandra (Bryman & Bell 2017, s.542). Grounded theory utgår från data för att skapa kategorier, ett tillvägagångssätt som kallas kodning (Alvesson & Sköldberg 2008, s.143). Kodning är den process i Grounded theory i vilken data bryts ner i sina beståndsdelar och benämns. Det betyder att man sätter namn eller etiketter på delar som verkar vara av teoretisk vikt eller av praktisk betydelse (Bryman & Bell 2017, s.542–543). Det finns två olika sätt vid kodning av data. Det första är framväxande kodning där kategorier fastställs efter en preliminär granskning av data. Det andra sättet är förutbestämd kodning där kategorierna fastställs före analysen baserat på en viss teori (Stemler 2001). Vi har använt framväxande kodning där vi genom insamling av empirin har utvecklat kategorier.

3.1 Population och urval

En central del av CSR-processen är att kommunicera sitt CSR-arbete till intressenterna. Det kan handla om att bilda en uppfattning om företagets etik för intressenter eller vad företaget står för till sina anställda och för att kommunicera detta finns flera verktyg, bland annat årsredovisningar och hållbarhetsrapporter. (Borglund et al. 2009, s. 111) Vi har undersökt den svenska banksektorn då banker är benägna att redovisa information om sina CSR-aktiviteter (Sapkauskiene & Leitoniene 2014; Carnevale, Mazzuca & Venturini 2012), samt att banksektorn är ett område som i begränsad omfattning har uppmärksammats i CSR-forskningen (Sapkauskiene & Leitoniene 2014; Branco & Rodrigues 2008a; Carnevale, Mazzuca & Venturini 2012).

Vi har valt att undersöka de fyra största bankerna i Sverige, Handelsbanken, SEB, Nordea och Swedbank eftersom den svenska banksektorn är i en väldigt hög grad koncentrerad till dessa fyra banker, samt att dessa banker är de enda som anses vara systemviktiga institut i Sverige (Konkurrensverket 2016). Vi har undersökt årsredovisningar och hållbarhetsrapporter mellan åren 2000–2010. Detta baserades på att vi sökte efter antal sökträffar för orden “CSR”, “Corporate Social Responsibility”, “Ansvarsfullt företagande”, “Hållbarhet” och “Sustainability” i databasen Retriever Research och fann att antal sökträffar ökade markant mellan åren 2000–2017. Efter att ha läst årsredovisningar och hållbarhetsrapporter mellan åren 2000–2016, fann vi att tidsperioden 2000–2010 jämfört med 2011–2016 var mer intressant för vår undersökning eftersom skillnaderna i rapporteringen var mer märkbar och bankernas CSR-aktiviteter utvecklades allt mer. De undersökta årsredovisningarna och hållbarhetsrapporterna är skrivna på såväl svenska som engelska, varför vi har använt både svenska och engelska citat i empirin.

3.2 Datainsamling

Vid utförandet av den kvalitativa innehållsanalysen började vi med att välja vilken data vi skulle analysera. Års- och hållbarhetsredovisningar hämtades från respektive banks hemsida. Vi läste igenom deras rapporter från 2000–2016, därefter valde vi att undersöka åren 2000–2010 eftersom vi ansåg att skillnaderna i rapporteringen var mer påtaglig. De utvalda rapporterna lästes återigen och därefter satte vi etiketter på data som vi fann vara av relevant intresse. Vi använde oss inte av något mjukvaruprogram för innehållsanalys, utan all

kodning av data skedde i PDF-format. Vi markerade utvalda data och satte en etikett på den för att sedan extrahera till ett Word-dokument. I detta dokument sammanställde vi all data för att göra en slutgiltig kodning av materialet. Vid kodningen satt vi tillsammans för att undvika att det skulle uppstå skillnader i tolkningen av materialet.

Vi använde oss av en framväxande kodning där vi fastställde kodningen efter en granskning av det empiriska materialet. Dock utgick vi delvis från Carrolls (1991) och Carroll och Schwartz (2003) definition av CSR för att få en grundläggande förståelse för vad som menas med CSR. Detta präglade till en viss grad hur vi utvecklade de teman som kategorierna skulle sorteras under, vilket gjorde att våra två teman etik och filantropi överensstämmer med Carrolls (1991) CSR-definition. Samtidigt ska det poängteras att vi fortfarande har använt oss av en framväxande kodning eftersom kodningen utgår från bankernas CSR och inte någon förutbestämd standard. Koderna blev slutligen indelade i fyra teman; intressenter, miljö, etik och filantropi.

3.3 Metodkritik

Vårt val av metod grundar sig i vår problemformulering och vårt syfte. Eftersom kvalitativa undersökningsmetoder lämpar sig till att beskriva fenomen i deras kontext, för att presentera en tolkning som ger ökad förståelse av fenomenet (Justesen & Meyer 2011, s. 13) anser vi att en kvalitativ metod var lämplig för att besvara vår frågeställning.

I vårt val av datainsamling har vi undersökt års- och hållbarhetsredovisningar eftersom vi ville se hur arbetet har presenterats under en längre tid, exempelvis med intervjuer kan vi inte undersöka vad som hände tidigare år i vår undersökningsperiod. Dokument är exakta med detaljer angående händelser och kan täcka en längre tidsperiod. Dock finns det en mindre brist och det är att dokument är skapta för ett annat syfte än för undersökning. (Bowen 2009) CSR-informationen i års- och hållbarhetsredovisningarna är inte konsekventa i sin utformning och bankerna kan försöka framhäva sig som bättre än vad verkligheten visar.

Vi har utfört en kvalitativ innehållsanalys som används i stor utsträckning som kvalitativ forskningsteknik. Fördelar med innehållsanalys är att de anses vara en kraftfull datareduktionsteknik. Det är en systematisk, replikerbar teknik för att komprimera många ord

av text till färre innehållskategorier baserat på uttryckliga regler för kodning. Den är också användbar för att undersöka trender och mönster i dokument. (Kracauer 1952) Denna strategi har varit behjälplig för att sortera den stora mängden av information som finns i årsredovisningar och hållbarhetsrapporter.

En kritik riktad mot kvalitativa forskningar är att de är alltför impressionistiska och subjektiva (Bryman & Bell 2017, s. 393). Kracauer (1952) menar att kvalitativa studier är baserade på subjektiva reaktioner som presenteras osystematiskt. En annan kritik mot kvalitativa forskningar är att det sällan är möjligt att replikera en viss undersökning eftersom det är ofta beroende av forskarens egen uppfattning (Bryman & Bell 2017, s. 393). För att stärka reliabiliteten har vi presenterat för läsaren på vilket sätt vi har genomfört vår undersökning. Under rubriken *3.2 Datainsamling* har vi förklarat de olika steg som vi har genomfört i datainsamlingen. Vid utvecklingen av ett kodningsschema har utvecklaren ofta arbetat nära inpå projektet och brukar därför ha delade och dolda meningar i kodningsschemat. För att undvika detta bör man utveckla instruktioner för att utomstående ska kunna upprepa studien. (Stemler 2001) Därmed har vi redovisat under Bilaga 1 ett kodningsschema för att öka replikerbarheten.

I fråga om validitet har innehållsanalyser en två-stepsprocess. Ett kodningsschema måste utvecklas, där definitioner, värderingar, variabler och regler är redogjorda för hur innehållet ska tolkas. Ett sådant schema måste nödvändigtvis inte utgå från redan existerande teorier. I det andra steget måste kodningen jämföras med andra standarder, men samtidigt kan intersubjektiva standarder användas. (Potter & Levine-Donnerstein 1999) I vår undersökning har vi inte använt oss av en förutbestämd kodning, utan en framväxande kodning. Vår egenutvecklade kodning kan inte jämföras med andra standarder. Dock är den grundad på det undersökta materialet och om undersökningen skulle replikeras är chansen stor att andra skulle använda ett liknande kodningsschema.

3.4 Källkritik

Enligt Thurén (2013) utgår man från fyra olika kriterier för att bedöma uppgifternas trovärdighet och sanningshalt. Kriterierna är: äkthet, innebär att källan inte är en förfalskning, är källan vad den utger sig för att vara? Tidssamband, är källan fortfarande aktuell? Kan glömska påverka källan? Oberoende, är källan fristående eller hör den ihop med andra källor?

Tendensfrihet, ger källan en sann bild av verkligheten? Har källan påverkats på grund av personliga motiv. (Thurén 2003, s. 28; 2013, s. 7–8, 27)

I denna uppsats har vi använt trovärdiga källor som vetenskapligt granskade artiklar och rapporter från betrodda och förtroendeingivande organisationer och myndigheter, exempelvis Konkurrensverket, Finansinspektionen och Riksbanken. Vi har varit aktsamma vid val av källor och refererat till originalkällor om möjligt. Glömska har inte kunnat påverka insamlingen av empiri, eftersom års- och hållbarhetsredovisningar är skrivna inom den tid när händelserna ägde rum.

4. Empiri

I detta kapitel redogörs för storbankernas bakgrund och dess CSR-arbete. Vi inleder med att diskutera bankernas bakgrund för att få en översikt om skillnader och likheter. Detta för att senare i analysen koppla till CSR-arbetet. Vidare beskrivs de fyra teman vi har utvecklat med hjälp av framväxt kodning. Vi utgick från Carrolls (1991) och Carroll och Schwartz (2003) definition av CSR när vi läste det empiriska materialet och utvecklade därefter fyra egenutvecklade teman; intressenter, miljö, etik och filantropi.

Vi har valt att presentera temat intressenter, då bankerna har visat stor hänsyn om sitt ansvar gentemot sina intressenter i redovisningen. Miljöarbetet hade stort fokus i bankernas årsredovisningar och hållbarhetsrapporter, därför utvecklade vi temat miljö där vi beskriver bankernas åtgärder för att minska deras miljöpåverkan. Bankerna har även redovisat om deras etiska ansvar och filantropi, och i likhet med Carroll (1991) och Carroll och Schwartz (2003) definition om CSR har vi valt att redovisa dessa två teman.

Vårt val av ordning av de presenterade temana baseras på hur vi har tolkat bankernas prioriteringar i redovisningen. Intressentrelationerna var viktiga för bankerna och styrde hur de arbetade med CSR. Miljöarbetet var den mest redovisade delen av CSR-arbetet därefter kommer det etiska och filantropiska ansvaret. Jämfört med miljö och intressenter har etiskt och filantropiskt ansvar haft mindre fokus i bankernas redovisning. Varför vi inte har med legalt och ekonomiskt ansvar som separata teman beror på att vissa ansvar inte är rena. Carroll och Schwartz (2003) menar att ansvar kan överlappa med andra. Därför ingår ekonomiskt och legalt ansvar i de fyra teman vi har utvecklat.

4.1 Storbankernas bakgrund

Från mitten av 1990-talet har de stora svenska bankerna utvecklats till finansiella koncerner med betydande internationell verksamhet, speciellt inom Norden och Baltikum. Utöver den traditionella bankverksamheten har livförsäkring, fondförvaltning och bolån fått allt större betydelse i deras verksamheter. (Svenska Bankföreningen 2017b) De fyra storbankerna skiljer sig åt i historisk bakgrund, ägare och hemmamarknader.

Handelsbanken grundades år 1871 och har idag 12 000 medarbetare samt verksamhet i fler än 20 länder. Handelsbanken har ett rikstäckande kontorsnät i Sverige, Storbritannien, Danmark, Finland, Norge och Nederländerna, vilka Handelsbanken ser som sina hemmamarknader. (Handelsbanken 2017) Handelsbanken har betydande verksamhet inom fondförvaltning och finansbolagsverksamhet (Svenska Bankföreningen 2017b). Bankens största ägare är Industrivärden (Handelsbanken 2018).

SEB är en ledande nordisk finansiell koncern. Bankens största ägare är Investor vilken styrs av familjen Wallenberg (SEB 2018). I Sverige och i de baltiska länderna erbjuder SEB ett brett utbud av finansiella tjänster och rådgivning. I Danmark, Finland, Norge, Tyskland och Storbritannien är SEB:s verksamhet inriktade på företagsaffären. (SEB u.å.)

SEB har betydande verksamhet inom fondförvaltning, livförsäkring, bostadslån och finansbolagsverksamhet och är en stark aktör inom verksamheter som aktie- och valutahandel samt internationella betalningar (Svenska Bankföreningen 2017b).

Nordea är den största finanskoncernen i Norden och en av Europas största banker med över 30 000 medarbetare. Nordea har sina rötter i ett flertal banker och skapades år 2001 genom en sammanslagning av fyra banker vilka bland annat innefattade den svenska banken Nordbanken. De har sin verksamhet i 17 länder och sina hemmamarknader i de fyra nordiska länderna Danmark, Finland, Norge och Sverige. (Nordea u.å.) Nordea har verksamhet inom fondförvaltning och bolåneverksamhet och är ägare till girobetalningssystemet Plusgirot (Svenska Bankföreningen 2017b). Banken var ägd av den svenska staten mellan åren 1992–2013 (Riksrevisionen 2017), men den största ägaren för nuvarande är Sampogruppen (Nordea 2018).

Swedbank är en bank med rötterna förankrade i den svenska sparbankshistorien. Bankens gemensamma historia sträcker sig tillbaka till 1820, med bildandet av landets första sparbank i Göteborg. Namnbytet från Föreningssparbanken till det gemensamma namnet Swedbank skedde år 2006. Swedbank har sin verksamhet i Sverige, Estland, Lettland och Litauen, vilka betraktas som bankens hemmamarknader. (Swedbank u.å.) Swedbank har verksamhet inom fondförvaltning och bolåneverksamhet (Svenska Bankföreningen 2017) och bankens största ägare är Sparbanksgruppen och Folksam (Swedbank 2018).

4.2 Intressenter

Under temat intressenter ingår de åtgärder och åtaganden storbankerna har haft gentemot sina intressenter. Vi inleder med att beskriva storbankernas ansvar gentemot sina primära intressenter aktieägare, kunder och medarbetare. Sedan beskrivs bankernas inkluderande av sina sekundära intressenter som omgivande samhälle. Sist beskrivs vilka definitioner för CSR bankerna har använt och hur CSR-arbetet har kommunicerats.

Vår uppfattning är att en självklar intressent i storbankernas verksamhet var aktieägarna. Att skapa aktieägarvärde var ett övergripande mål för storbankerna (Handelsbanken 2000a; SEB 2008a; Nordea 2001a; Swedbank 2000a). Nordea hävdade att:

Generating shareholder value is the overall objective of Nordea
(Nordea 2001a, s.14)

Vi skapar värde för aktieägarna genom att skapa värde för kunderna
(Nordea 2000a, s. 3)

Som ovanstående citat visar behövs det skapas värde för kunderna för att skapa aktieägarnas värde. Därför hade kunderna enligt bankerna varit i fokus bland deras intressenter. Handelsbanken menade att de “[...] är ett serviceföretag där kunden är i centrum.” (Handelsbanken 2003a s. 16) och SEB påpekade att “... nöjda kunder är nyckeln till långsiktig framgång” (SEB 2001, s. 6). Nordea framhöll att “Our most important stakeholder group is our customers, both household and corporate.” (Nordea 2009b, s. 9), och Swedbank menade att hänsyn ska tas till kunderna då det “[...] skapar maximalt värde för kunder, aktieägare, medarbetare och i sin förlängning det omgivande samhället” (Swedbank 2000a, s. 16). Alltså var bankerna överens om att kunderna var en viktig intressent.

En strategi som storbankerna hade identifierat för att skapa kund- och aktieägarvärde var CSR. Som nedanstående citat visar var CSR ett sätt för SEB för att skapa aktieägarvärde.

För SEB:s del handlar den nya utvecklingen om att fortsätta skapa värde för aktieägarna, bland annat genom att väga in ett balanserat socialt ansvar i våra beslut
(SEB 2001a, s. 2)

Swedbank menade att deras CSR-arbete kunde kopplas till lönsamhet. De påpekade att:

FöreningsSparbankens engagemang inom hållbarhetsområdet har en direkt koppling till bankens långsiktiga lönsamhet. Genom att fokusera hållbarhetsfrågorna är det bankens uppfattning att kundernas lojalitet och förtroende för banken ökar, samtidigt som varumärket stärks. Hållbarhetsarbetet bidrar även till att identifiera nya affärsmöjligheter, minska risker och minska driftkostnader. (Swedbank 2002b, s. 4)

Swedbank påpekade också att genom sitt CSR-engagemang blir de attraktiva för köpare av fonder och aktier. De menade att:

Genom hållbarhetsarbetet blir FöreningsSparbankens aktie attraktiv för fonder och placerare med speciella krav på miljö och etik vilket leder till att aktien är en långsiktigt köpvärd aktie (Swedbank 2001a, s. 21)

Bankerna och dess aktieägare var överens om att CSR är en långsiktig investering för framtida avkastning och ett bra sätt för att hantera risker i till exempel utlåning. Risker i utlåning menade de med att risker för förlorad legitimitet och ekonomisk förlust som kan uppstå i finansiering av projekt som anses vara skadande för människor och miljö. SEB menade att:

Our shareholders want to be assured that we can identify and mitigate the risks, operational and reputational, that our business may encounter. (SEB 2007b, s 3)

Utöver aktieägarna och kunderna var medarbetarna inkluderade i bankernas primära intressenthänsyn. För att visa att de tog hänsyn till medarbetare hade storbankerna redovisat om att de arbetade kontinuerligt med jämställdhet inom sina organisationer under hela perioden 2000–2010. Alla storbanker hade satt upp mål om att ha en jämnare fördelning mellan män och kvinnor i ledarskapspositioner. (Handelsbanken 2000a; SEB 2000a; Nordea 2000a; Swedbank 2000a) Storbankerna redovisade i sina årsredovisningar om arbetsförhållanden och att de följde lagar och regler gällande till exempel arbetstider eller rätt till anställning och utveckling oavsett kön, ålder, etnicitet eller sexuell läggning. SEB skrev att:

“[...] syftet med arbetsmiljöarbetet är att skapa och behålla en god arbetsmiljö, där medarbetarna mår bra och inte utsätts för vare sig fysiska eller psykiska hälsorisker. “
(SEB 2002a, s 13).

Inom sitt arbete om arbetsförhållanden ingick även förbättrande åtgärder som inte var tvingade av lag. Några av de åtgärder som bankerna utförde var bland annat; möjlighet till hem- och familjeservice och flexibel arbetstid (Handelsbanken 2000a), ekonomiskt stöd till friskvårdsaktiviteter (Swedbank 2006a) och gratis hälsoundersökningar (Nordea 2010a).

Enligt bankerna hade de även inkluderat sekundära intressenter som till exempel samhället i stort. Swedbank hade år 2001 inkluderat flera intressenter och påpekade tydligt att ”Bankens intressenter är kunder, medarbetare, samhälle och ägare.” (Swedbank 2001b, s. 8) Från och med år 2001 ingick det i SEB:s mål att “[...] koncernen skall uppfattas som en god samhällsmedborgare, d v s vara ett företag som står för god etik och bidrar till en hållbar utveckling. För att nå dessa mål har SEB arbetat fram ett antal riktlinjer avseende medarbetare, kunder och samhället i stort.” (SEB 2001a, s. 8) En kort tid därefter år 2003 hade Nordea inkluderat flera intressenter vilket deras definition av CSR visar och som lyder “[...]the concept whereby a company maintains and enhances its relations with internal and external stakeholders (Nordea 2003a, s. 54). Handelsbanken hade till skillnad från de andra storbankerna varit sena med att inkludera flera intressegrupper i sina ansvarsåtaganden. Det var inte förrän år 2010 som Handelsbankens förändrade sin egna definition av ansvarsfullt företagande från ett kundorienterat till ett mer samhällsinkluderande perspektiv (Handelsbanken 2010b). Att ha bättre service för lägre kostnader än konkurrenterna var inte längre det mest prioriterade, utan hänsyn behövdes ta för att tillmötesgå andra intressentgrupper.

I och med att SEB, Nordea och Swedbank menade att de hade tagit hänsyn till flera intressenter under perioden 2000–2010 hade även deras definition om CSR över tid inkluderat flera intressenter. Till exempel visar SEB:s definition av ansvarsfullt företagande att de inkluderar kunder, aktieägare, medarbetarna och samhället i stort (SEB 2007a). Nordeas definition av ansvarsfullt företagande visar också att de tar hänsyn till flera intressenter, de definierar företagets samhällsansvar att det “[...]handlar om att upprätthålla och stärka relationer med interna och externa intressenter” (Nordea 2008a, s.24). För Swedbank definierade de att hållbarhet “[...] baseras på att ekonomiska, sociala och miljömässiga

faktorer samverkar i en helhet (Swedbank 2000a, s. 61). Den enda banken som inte inkluderade flera intressenter under hela undersökningsperioden var Handelsbanken. Mellan åren 2003–2007 hade Handelsbanken enbart inkluderat kunderna i sina ansvarsåtaganden och definierade ansvarsfullt företagande som “[...]att leverera bättre service än övriga banker samtidigt som banken har lägre kostnader än konkurrenterna – ...” (Handelsbanken 2003a, s. 21). Inte förrän år 2010 definierade de begreppet med hänsyn till flera intressenter (Handelsbanken 2010a). För att se vidare om storbankernas CSR-definitioner under hela undersökningsperioden 2000–2010 se bilaga 2.

Bankernas intressentförhållanden har påverkat hur bankerna kommunicerar om sitt CSR-arbete. Detta har lett till att antalet sidor om CSR i storbankernas årsredovisningar har ökat, och att de har publicerat separata hållbarhetsrapporter eller tillämpat GRI:s redovisningsstandard för hållbarhetsredovisning. GRI står för Global Reporting Initiative och är ett standardverk som styr hur företag ska redovisa sin hållbarhetsinformation (GRI u.å.).

Vid utgången av 2008 var svenska staten den största aktieägaren i Nordea. Nordea omfattas därför av kraven på icke-finansiell rapportering i statliga bolag som infördes av svenska regeringen 2007. För att tillgodose dessa krav tar koncernen nu fram sin första hållbarhetsrapport för 2008. (Nordea 2008a, s. 25)

På senare tid har också våra kunder och omvärldens intresse ökat för frågor om ansvarsfullt företagande. För att möta detta, gör vi nu denna särskilda hållbarhetsredovisning där vi berättar lite mer utförligt om hur vi på Handelsbanken ser på ansvarsfullt företagande. (Handelsbanken 2010b, s. 3)

Det förekommer skillnader mellan bankernas hållbarhetsrapporter. Swedbank var tidiga med separata hållbarhetsrapporter och GRI:s riktlinjer, vilket de var ensamma om innan de slutade med detta helt och hållet år 2003. Mellan åren 2003–2006 hade ingen storbank en separat hållbarhetsredovisning. Det dröjde ända fram till år 2007 innan SEB publicerade en separat hållbarhetsrapport. År 2008 publicerade SEB en separat hållbarhetsrapport enligt GRI:s uppdaterade redovisningsstandard, G3. Samma år publicerade även Nordea en separat hållbarhetsrapport enligt G3, vilket den svenska regeringen krävde av dem. Swedbank publicerade inte någon separat hållbarhetsrapport, men år 2009 började Swedbank att redovisa enligt G3.

År 2010 var Handelsbanken den sista storbanken som började att följa GRI:s uppdaterade redovisningsstandard G3 samtidigt som de publicerade sin första separata hållbarhetsrapport.

Tabell 1: Storbankernas hållbarhetsrapportering

Bank \ År	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Handelsbanken	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	HR, G3
Svebank	HR, GRI	HR, GRI	HR, GRI	GRI	-	-	-	-	-	G3	G3
SEB	-	-	-	-	-	-	-	HR	HR, G3	HR, G3	HR, G3
Nordea	-	-	-	-	-	-	-	-	HR, G3	HR, G3	HR, G3

- = Har inte någon separat hållbarhetsredovisning, HR= Har separat hållbarhetsredovisning, GRI= Hållbarhetsredovisning enligt GRI:s tidigare redovisningsstandard, G3= Hållbarhetsredovisning enligt GRI:s redovisningsstandard G3

4.3 Miljö

Under temat miljö ingår de åtgärder storbankerna har gentemot den direkta och indirekta påverkan som härleds från deras verksamheter. Först beskrivs den indirekta påverkan med en beskrivning av bankernas ansvarsfulla kreditgivning och de frivilliga överenskommelser de har antagit. Därefter beskrivs storbankernas etiska och miljöinriktade fondutbud. Den senare delen av temat består av bankernas direkta påverkan i form av energiförbrukning. I slutet av detta avsnitt beskrivs det hur bankerna kopplar mellan miljöarbetet med sin ekonomi.

Bankerna var medvetna om att deras direkta påverkan inte var stor jämfört med andra sektor. Medan deras indirekta miljöpåverkan genom till exempel kreditgivning har en större betydelse för miljön. SEB menade att:

Jämfört med t ex tillverknings- och transportföretag har den finansiella sektorn inte särskilt stort direkt inflytande på den yttre miljön. Indirekt – i kontakter med leverantörer och kunder, och då framför allt i samband med kreditgivning – kan dock bankerna spela en viktig roll. (SEB 2001a, s. 9)

Storbankerna hade sedan tidigare år utarbetat en kreditgivning med hänsyn till miljöfaktorer (Handelsbanken 2000a; SEB 2000a; Nordea 2000a; Swedbank 2000a) och hade skrivit under frivilliga överenskommelser som Internationella Handelskammarens (ICC)

”Näringslivsprogram för varaktigt hållbar utveckling” och Förenta Nationernas miljöprogram (UNEP) ”Bankerna och Miljön”, där de hade förbundit sig att ta hänsyn till miljön i sin verksamhet och verka för en bättre miljö (SEB 2000a). Undantaget var Nordea som först år 2001 anslöt sig till UNEP (Nordea 2001a) och inte alls hade följt ICC:s program.

Vidare hade bankerna anslutit sig till ytterligare frivilliga överenskommelser. Under år 2002 anslöt Nordea och Swedbank sig till FN:s frivilliga initiativ Global Compact (Nordea 2002a; Swedbank 2002a) vars syfte är att få länder, organisationer och företag att ta ett aktivt ansvar inom fyra huvudområden: mänskliga rättigheter, arbetstagarrättigheter, miljö och bekämpande av korruption (Handelsbanken 2009). Året efter anslöt SEB sig till samma överenskommelse (SEB 2003a) och sena med denna riktlinje var Handelsbanken som anslöt sig år 2009 (Handelsbanken 2009a). År 2007 anslöt Nordea sig till ytterligare en överenskommelse, FN:s principer för ansvarsfulla investeringar (UN PRI). Året efter anslöt SEB sig till UN PRI. År 2009 anslöt både Handelsbanken och Swedbank sig till UN PRI. Syftet med UN PRI är att främja ett ansvarsfullt ägande och driva en ökad öppenhet och medvetenhet om miljö, sociala frågor och bolagsstyrning. (Handelsbanken 2009a; SEB 2008a; Nordea 2007a; Swedbank 2009a)

Dock föreligger det vissa skillnader i bankernas antagna frivilliga överenskommelser. OECD:s riktlinjer har följts av Nordea sedan år 2002 och SEB år 2003 (Nordea 2002a; SEB 2003a) till skillnad från Handelsbanken och Swedbank som inte anslöt sig till OECD:s riktlinjer. Dessa riktlinjer ska bidra till att säkerställa att multinationella företag drivs i överensstämmelse med lagar, regler och avtal i de länder där de är verksamma (Regeringen 2006). En annan riktlinje som enbart SEB och Nordea hade anslutit sig till, år 2007, är Ekvatorprinciperna. Dessa principer är en ram för finansindustrin att hantera sociala och miljömässiga frågor i projektfinansiering (SEB 2007a; Nordea 2007a).

Tabell 2: Antagna frivilliga överenskommelser

Bank \ Ar	Före 2000	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Handelsbanken	UNEP/ICC										GC/UN PRI	
Swedbank	UNEP/ICC			GC							UN PRI	
SEB	UNEP/ICC				GC/OECD				EKV	UN PRI		
Nordea			UNEP	GC/OECD					EKV/UN PRI			

EKV=Ekvatorprinciperna, GC=FN:s Global Compact, ICC= Internationella Handelskammarens ”Näringslivsprogram för varaktigt hållbar utveckling”, OECD= OECD:s riktlinjer för multinationella företag, UNEP= FN:s miljöprogram ”Bankerna och Miljön”, UN PRI= FN:s principer för ansvarsfulla investeringar

I den indirekta påverkan ingår även ansvarsfulla investeringar. Handelsbanken, SEB och Swedbank erbjöd investering i etiska och miljöinriktade fonder. Nordea skrev i deras årsredovisning:

There is a growing demand for ethical alternatives in savings. Analysts and investors now tend to look for shares of companies taking environmental and social responsibility. (Nordea 2001a, s. 88)

Dock hade Nordea inte alls erbjudit några etiska och miljöinriktade fonder, men hade planer på att utforma ett nytt modernt utbud med fokus på ansvarsfulla investeringar (Nordea 2010a). SEB och Swedbank var tidiga med att erbjuda etiska och miljöinriktade fonder och hade erbjudit dessa fondalternativ före denna undersökningsperiod (SEB 2003a; Swedbank 2000a). Handelsbanken började att erbjuda etiska och miljöinriktade fonder år 2002 (Handelsbanken 2002a). Storbankernas utbud av dessa fonder har genom åren fluktuerat i antal och i grad av årlig rapportering vilket följande tabell illustrerar:

Tabell 3: Storbankernas etiska och miljöinriktade fondutbud

Bank \ Ar	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Handelsbanken	0	0	2	2	2	3	3	2	2	2	3
Swedbank	-	8	9	-	-	11	10	9	-	-	-
SEB	-	-	-	12	11	-	-	15	15	12	12
Nordea	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Siffrorna i tabellen betecknar storbankernas antal i etiska och miljöinriktade fonder. - = Erbjuder etiska och miljöinriktade fonder, men anger inte antalet.

SEB var även den enda svenska storbank som erbjöd gröna obligationer. Dessa typer av obligationer introducerades år 2008 och emitterades i samarbete med Världsbanken med syfte att finansiera projekt som minimerar effekterna av klimatförändringarna eller hjälper människor att anpassa sig till dem. (SEB 2008b)

Utöver denna indirekta miljöpåverkan hade storbankerna även vidtagit åtgärder för att minska den direkta miljöpåverkan, som användning av IT för att minska persontransporter och pappershantering. Bankernas direkta miljöpåverkan redovisades på olika sätt. Handelsbanken var väldigt noggranna med redovisningen angående sin direkta påverkan jämfört med de andra bankerna. Redan från början av undersökningsperioden listade Handelsbanken upp alla åtgärder inom källsortering, återvinning, el- och vattenförbrukning och så vidare.

Handelsbanken började år 2002 att mäta samtliga bankkontors koldioxidutsläpp till skillnad från tidigare då inte alla bankkontor omfattades (Handelsbanken 2002a). Jämförelsevis hade Swedbank redan i början av undersökningsperioden mätt sina koldioxidutsläpp (Swedbank 2001a). Under 2007 började SEB att mäta koldioxidutsläpp (SEB 2007a), därefter år 2008 började Nordea att mäta sina koldioxidutsläpp (Nordea 2008a). Dock tog år 2003 Swedbank ett steg längre inom miljöledningen än de andra när de som den enda banken i Norden blev miljöcertifierade av ISO 14001. Med denna miljöcertifiering menas att genom utbildning om ISO-standarderna har Swedbank strukturerat upp sitt miljöarbete inom verksamheten för att minska sin miljöpåverkan. (Swedbank 2003a)

När det gäller åtgärder vid direkt miljöpåverkan, till exempel el- och pappersförbrukning, innebär det även minskade kostnader. Storbankerna var medvetna om att ett aktivt miljöarbete medför ekonomiska fördelar. Swedbank menar bland annat:

För Swedbank är miljöfrågan central både av ideologiska och kommersiella skäl. Vi ser en tydlig koppling mellan miljöprestanda och lönsamhet och det är därför naturligt att miljöaspekter är en integrerad del i vår verksamhet. (Swedbank 2008a, s. 38)

Liknande resonemang förs av de andra storbankerna. Nordea påpekar att åtgärder för att minska den direkta påverkan kan ha flera positiva effekter “In Addition to empowering customers and reducing costs, e- services save resources” (Nordea, 2001a s. 89).

Handelsbanken menar att genom att minska sin miljöpåverkan och vidta åtgärder “[...] ger både miljövinster och kostnadsbesparingar” (Handelsbanken, 2002a s. 16).

4.4 Etik

Under temat etik ingår det ansvar som förklarar skyldigheten att göra det som är rätt och rättvist och för att undvika eller minimera skada för intressenter. Först beskrivs de etiska riktlinjer storbankerna har utformat och den finansiella koalition som storbankerna har bildat. Därefter beskrivs storbankernas etiska krav vid investeringar och kapitalförvaltning.

Alla banker är ansvariga att följa lagar och regelverk och har därför utarbetat etiska riktlinjer som de följer. När bankerna började utarbeta och redogöra för sina riktlinjer och policier skiljer sig åt. Handelsbanken redogjorde för dessa år 2001 (Handelsbanken 2001a), SEB år 2002 (SEB 2002a), Nordea år 2002 (Nordea 2002a) och Swedbank hade redan etiska riktlinjer sedan tidigare år före denna undersökningsperiod (Swedbank 2001a). Trots att tidpunkterna mellan redogörelserna av de etiska riktlinjerna skiljer sig åt, möjliggör det inte att utesluta att bankerna har haft etiska riktlinjer sedan tidigare.

De etiska riktlinjerna präglas till stor del av att följa lagar och regelverk inom banksektorn som de alla är skyldiga att följa. Nordea menade att bankerna har ett gemensamt ansvar att följa dessa:

Nordea plays a considerable role in the prevention of financial crime. This is not unique to us but the responsibility of all banks. (Nordea 2010a, s. 24)

De etiska riktlinjernas utformning skiljer sig inte särskilt åt mellan storbankerna. Exempel på likheter i deras etiska riktlinjer är bekämpning mot penningtvätt och finansiering av kriminell verksamhet, iakttagande av sekretess och otillbörliga förmåner och gåvor. (Handelsbanken 2004a; SEB 2005a; Nordea 2002a; Swedbank 2002a). År 2009 hade även alla de fyra storbankerna ingått i en finansiell koalition i samarbete med ECPAT (Handelsbanken 2009a; SEB 2009a; Nordea 2009a; Swedbank 2009a), där målet är att “[...] förhindra kommersiell exploatering av barn genom att försvåra och förhindra penningtransaktioner som sker för betalning av barnpornografi.”(Handelsbanken 2010b, s. 15)

En annan viktig del i det etiska arbetet utöver de etiska riktlinjerna är bankernas ansvarsfulla investeringar. Storbankerna hade ställt etiska krav vid kreditgivningen och kapitalförvaltningen samt erbjudit etiska och miljöinriktade fonder, vilket tidigare har

beskrivits under rubrikerna *4.3 Miljö* och *Tabell 3: Storbankernas etiska och miljöinriktade fondutbud*.

Förutom att endast exkludera bolag som uppfattas som oetiska i de etiska och miljöinriktade fonderna, valde bankerna även att se över aktieinnehavet i de övriga fonderna. År 2003 redogjorde SEB att “[...]varje aktiemarknadsbolag bör ha en egen etik och miljöpolicy och se till att verksamheten bedrivs i enlighet med denna.” (SEB 2003a, s 13) Om fallet inte skulle vara sådant skulle SEB utreda saken och eventuellt sälja sitt innehav i bolaget (SEB 2003a). Nordea införde år 2007 en policy för ansvarsfulla investeringar, där “[...]alla våra fonder och portföljer granskats två gånger om året för att identifiera bolag som konstaterats ha brutit mot internationella normer om miljöskydd, mänskliga rättigheter, arbetsrätt och affärsetik” (Nordea 2010a, s. 44) Liknande policies antogs av Handelsbanken år 2009 (Handelsbanken 2009a) och Swedbank år 2010 (Swedbank 2010a). Det har förekommit två fall där bankerna har avyttrat aktieinnehav på grund av dessa policies för ansvarsfulla investeringar. År 2009 avyttrade Nordea allt aktieinnehav i bolag som tillverkar klusterammunition (Nordea 2009a), och följande år avstod Swedbank från att investera i bolag som sysslar med oljesandsutvinning (Swedbank 2010a).

4.5 Filantropi

Under temat filantropi ingår frivilliga initiativ och ansvar som inte förväntas från samhället. Det kan vara ekonomiska bidrag eller deltagande för att främja exempelvis miljö, idrott, kultur eller utbildning. Först beskrivs storbankernas syn på filantropi. Därefter beskrivs vilka likheter storbankerna har i sitt filantropiska arbete och sedan de skillnader de har i omfattningen av sitt arbete.

Sedan millennieskiftet hade SEB, Nordea och Swedbank sysslat med filantropi, men välgörenhet och annan filantropi var inte lika förekommande i Handelsbanken.

Handelsbanken beskrev sin välgörenhetsprincip på följande sätt:

Det är Handelsbankens princip att inte ge bidrag till välgörenhet. Visserligen kan vår balansräkning se stor ut. Men inte en krona är ju vår egen. De tillhör våra insättare och våra aktieägare. Att regelmässigt vara generös med andras pengar är ett billigt sätt att

skaffa sig ett rykte för storsinnet. Det är inte vår vana och det överensstämmer inte med våra grundvärderingar. (Handelsbanken 2004a, s. 5)

Dock var år 2004 ett undantag för Handelsbanken, då de skänkte 2,5 miljoner kronor till tsunamikatastrofen i Sydostasien för akut katastrofhjälp och återuppbyggande och utöver det skänkte deras bankkontor på regional och lokal nivå över en miljon kronor för samma ändamål. Deras skäl till detta undantag var att många av deras kunder och medarbetare var berörda, och därmed ansåg detta viktigare än att följa sin välgörenhetsprincip. (Handelsbanken 2004a) Inte förrän år 2010 utvecklades Handelsbankens arbete och redovisning av sociala projekt (Handelsbanken 2010b).

Gemensamma nämnare i storbankernas filantropiska arbete var barn och ungdomar, idrott, kultur och utbildning. Bland annat stöttade Handelsbanken år 2010 World Childhood Foundation i dess arbete för att ge rätt till en trygg barndom (Handelsbanken 2010a), SEB hade sedan 1997 stött stiftelsen Mentor Sverige som arbetar med stöd för ungdomars utveckling och initierat SEB Next Generation, en av de största ungdomssatsningarna inom svensk tennis (SEB 2010a). Swedbank hade utarbetat ett samarbete med stiftelsen Friends som arbetar med förebyggande mot mobbning (Swedbank 2008a).

Nordea's sponsoring focuses on helping activate children and teenagers. Nordea aims at broader sponsorships with a wide participation within sports and music. (Nordea 2010b, s 39)

SEB stödjer olika sociala projekt. De områden som prioriteras är ungdomar och utbildning, jämställdhet och mångfald. [...] På de orter där SEB finns representerad stödjer banken på olika sätt lokala projekt och initiativ med särskild inriktning på barn och ungdomar, främst med koppling till skola, utbildning och idrott. (SEB 2007a, s. 17)

Handelsbanken (2010 b), Nordea (2010a) och Swedbank (2009a) hade även liknande skolinformationsprojekt där bankerna hade som syfte att främja ungas kunskaper om privatekonomi.

Trots dessa likheter fanns det även skillnader i storbankernas filantropiska arbete. SEB och Swedbank var de som redovisade mest sociala projekt, men SEB var den bank som hade mest filantropi och utvecklade sitt arbete allt mer och både donationer och antal projekt ökade. SEB hade till exempel utökat omfattningen av sitt arbete med Mentor Sverige (SEB 2010b), och stöttade sociala projekt på både lokal och internationell nivå som donationer till Cancerfonden (SEB 2006a), stöd till utsatta barn i Baltikum och återplantering av träd i Tanzania (SEB 2010a). Jämförelsevis med de andra bankerna var SEB måna om att redovisa hur mycket pengar som de hade spenderat inom sina samhällsaktiviteter. SEB hade ökat sina spenderingar från 30 miljoner kronor år 2009 till 58 miljoner kronor år 2010 (2010a, s. 28), vilket kan jämföras med den enda banken Nordea som för första gången år 2010 redovisade donationer på 2 miljoner euro (2010a, s. 5).

5. Analys

I detta kapitel analyserar vi storbankernas CSR-aktiviteter inom de fyra teman som beskrevs i empirin; intressenter, miljö, etik och filantropi. Vi har kopplat empirin till den teoretiska referensramen för att förklara skillnader och likheter mellan storbankernas CSR-aktiviteter. Upplägget i analysen följer samma struktur som i empirin.

5.1 Storbankerna och intressenter

Enligt intressentteorin är intressenter en nödvändig tillgång som företagsledningen måste ta hänsyn till (Post et al. 2002). Därför har storbankerna valt att inkludera olika intressenter i sina ansvarstaganden och ett tillvägagångssätt enligt Roberts (1992) för att utveckla och upprätthålla goda relationer med intressenter är med hjälp av CSR-aktiviteter.

Wagner Mainardes et al. (2012) menar att olika intressenter inte kan tas i beaktande samtidigt eller få samma uppmärksamhet. Därför har storbankerna delat in intressenterna i primära som aktieägare, kunder och medarbetare, samt sekundära som inkluderar samhället i stort. En av de primära intressenter som de fyra storbankerna har utgått ifrån är aktieägarna. Enligt Borglund et al. (2009, s.79) har aktieägarna rätt till att bestämma över företaget och dess vinst, därför uppfattades det som viktigt att skapa värde för aktieägarna. Enligt bankerna nås detta genom att skapa kundvärde, därför hade bankerna också satt kunderna i fokus. För att skapa kund- och aktieägarvärde har bankerna och aktieägarna varit överens om att CSR är en god strategi som bankerna kan använda. Roberts (1992) menar att bedriva och redovisa CSR-aktiviteter är en god strategi för att hantera intressentrelationer och enligt Post et al. (2002) genererar dessa relationer långsiktiga konkurrensfördelar för företaget och samhället som till exempel kund- och aktieägarvärde.

Under hela undersökningsperioden hade storbankerna tagit hänsyn till medarbetarnas intressen och hade redovisat att de arbetade kontinuerligt med jämställdhetsfrågor inom bankernas ledarskapspositioner och förbättrande arbetsmiljöåtgärder som inte var tvingade av lag som till exempel möjlighet till hem-och familjeservice och flexibel arbetstid. De hade arbetat och redovisat om detta eftersom de vill att samhället ska uppfatta att deras värdesystem står i relation till samhällets egna värdesystem, vilket enligt Gray et al. (1996) är ett sätt för organisationer att legitimera sig bland anställda i första hand men även till

omgivningen. Inkluderandet av medarbetare inom CSR-aktiviteter baserades på att bankernas själva redovisat om ansvaret gentemot sin medarbetare under deras CSR-arbete, men detta kan egentligen vara en del av bankernas personalpolitik och inte CSR-arbete. Att befordra eller anställa fler kvinnor i ledarskapspositioner kan ifrågasättas. Det kan se bra ut på pappret att fler kvinnor blir ledare, men vi anser att det kan vara svårt att besvara om jämställdheten verkligen blir bättre inom bankerna. Fler kvinnor representeras inom ledarskapet, men det betyder inte att behandling och synsätt av kvinnor inom bankerna förbättras, till exempel lika lönesättning.

Enligt Branco och Rodrigues (2008b) har pressen ökat hos organisationer att inte enbart se till aktieägarnas bästa, eftersom det sociala medvetandet om CSR-frågor har ökat.

Detta kan förklara varför bankerna har inkluderat flera intressenter. SEB, Nordea och Swedbank har varit tidiga redan i början av undersökningsperioden och inkluderat flera intressenter till skillnad från Handelsbanken som var sena med att se nödvändigheten med att inkludera flera intressentgrupper. Handelsbanken hade under en lång tid inte inkluderat de sekundära intressenterna, de satte ägarna och kunderna främst av sina intressenter under flera år. Mitchell et al. (1997) menar att organisationer måste fastställa vilka intressenter som är mest betydelsefulla i form av makt, legitimitet och nödvändighet. Handelsbanken hade alltså identifierat ägarna och kunderna som de mest mäktiga, legitimerade och nödvändiga för sin fortsatta verksamhet.

SEB, Nordea och Swedbank har under hela undersökningsperioden inkluderat flera intressenter i deras definitioner, vilket kan förklaras med att de vill visa att de tar hänsyn till flera intressentgrupper. Detta till skillnad från Handelsbanken som mellan åren 2003–2007 definierade ansvarsfullt företagande med tyngdpunkten på kunden, men som år 2010 ändrades till ett mer samhällsinkluderande, där de hävdade att de ska ta hänsyn till sekundära intressenter som allmänheten. Definitionen som Handelsbanken hade av ansvarsfullt företagande mellan 2003–2007 var egenkonstruerad efter bankens intresse, vilket enligt Milne et al. (2006) är problematiskt eftersom omgivningens intresse inte beaktas. Detta kan ses som ett enligt Suchman (1995) beskrivet sätt att få legitimitet genom att manipulera miljöstrukturen.

För att möta intressenternas ökade intresse för ansvarsfullt företagande har storbankerna valt att öka sin CSR-kommunikation och publicerat separata hållbarhetsrapporter eller tillämpat GRI:s redovisningsstandard för hållbarhetsredovisning. Detta är ett sätt för att förbättra deras intressentförhållanden, vilket enligt Post et al. (2002) genererar långsiktiga konkurrensfördelar för företaget och samhället. Att ha separata hållbarhetsrapporter kan bero på intressenternas ökade krav av CSR-information. Däremot hade Nordea pekat ut en specifik intressent, den svenska staten. De började med att upprätta en separat hållbarhetsrapport enligt GRI:s riktlinjer på grund av att den svenska staten var den största aktieägaren i banken och att de därför omfattades av den svenska regeringens krav på icke-finansiell rapportering. Detta är ett tydligt exempel på den av DiMaggio och Powell (1983) beskrivna tvingande isomorfism, där det politiska inflytandet bestämmer över Nordea och andra statligt ägda bolag.

5.2 Storbankerna och miljö

De fyra storbankerna hade inkluderat miljöaspekterna i sin verksamhet, och likt vad Finansinspektionen (2016) menade hade inte storbankerna en hög direkt miljöpåverkan, utan den största påverkan var indirekt. Därför hade bankerna utvecklat interna regler angående kreditgivning och investeringar. En viktig del i utvecklingen av dessa interna regler är de frivilliga överenskommelser som bankerna hade antagit genom åren.

Som Finansinspektionen (2015) framförde, hade bankerna gjort mer än vad lagen kräver och skrivit under frivilliga överenskommelser. Alla storbanker hade anslutit sig till UNEP, Global Compact, och UN PRI. Varför bankerna följer samma frivilliga överenskommelser kan förklaras av att de är en del av en population som har lika miljömässiga förhållanden. Enligt DiMaggio och Powell (1983) leder detta till att enheter inom en sådan population tenderar att likna varandra. Denna isomorfiska process är ett sätt för dem att erhålla legitimitet (DiMaggio & Powell 1983; Deephouse 1996), vilket är avgörande för deras fortsatta överlevnad och tillväxt (Dowling & Pfeffer 1975; O'Donovan 2002; Zimmerman & Zeitz 2002).

Dock finns det skillnader i när bankerna hade anslutit sig till samma frivilliga överenskommelser. Nordea var sena med att ansluta sig till UNEP år 2001, medan de andra storbankerna redan hade antagit dessa riktlinjer före år 2000. Nordea och Swedbank var tidiga med att ansluta sig till FN:s Global Compact år 2002, året efter hade SEB anslutit sig, men Handelsbanken valde som sent år 2009 att ansluta sig. Vid antagandet av UN PRI hade

bankerna följt efter varandra där Nordea var den första som anslöt sig år 2007, därefter anslöt SEB år 2008 och sedan år 2009 anslöt sig både Handelsbanken och Swedbank. De banker som anslöt sig senare till vissa frivilliga överenskommelser väljer att likna varandra. Varför bankerna vill likna varandra kan förklaras med vad DiMaggio och Powell (1983) beskriver som en imiterande isomorfism där bankerna tenderar att ta på sig liknande egenskaper och form eftersom en viss utövning anses vara framgångsrik och legitim, till exempel antagandet av UN PRI. Svenska bankföreningen kan ha varit delaktiga i varför storbankerna har anslutit sig till samma frivilliga överenskommelser. Svenska bankföreningen är en viktig aktör som ger rekommendationer för bankerna (Svenska Bankföreningen u.å.a) och kan därmed ha påverkat vilka frivilliga överenskommelser som bankerna har anslutit sig till.

Skillnader finns även i vilka frivilliga överenskommelser storbankerna hade anslutit sig till. Handelsbanken och Swedbank hade inte anslutit sig varken till OECD:s riktlinjer eller Ekvatorprinciperna, samtidigt som Nordea inte anslöt sig till ICC. Detta kan bero på bankernas subjektiva normer. Inom Theory of Planned Behaviour (TPB) menar Ajzen (2005, s. 117–118) att det finns en relativitet mellan de faktorer som påverkar ett beslutstagande, och i dessa fall väger den subjektiva normen mer i besluten om att anta eller inte anta frivilliga överenskommelser. En implementering av någon av dessa frivilliga överenskommelser kan ses som något positivt, och den uppfattade kontrollen av en implementering kan finnas i form av resurser, men bankernas uppfattade sociala tryck kan vara låg. Om en bank anser att det inte finns ett socialt tryck för att anta exempelvis Ekvatorprinciperna, så anses det inte vara nödvändigt att anta Ekvatorprinciperna eftersom det inte innebär några fördelar i form av legitimitet.

Även om alla banker inte har samma frivilliga överenskommelser så har de i alla fall genom åren ökat antalet överenskommelser som de har anslutit sig till. Detta beror på att bankerna måste uppdatera sig med omgivande samhälle och upprätthålla sin legitimitet, vilket är i enlighet med Deegan (2013, s. 343) som menar att de gränser och normer som organisationer förväntas att följa inte är konstanta, utan förändras över tid vilket gör att organisationer alltid måste rätta sig efter rådande etiska och moraliska förhållanden inom sin omgivning.

Storbankerna hade erbjudit investeringstillfällen i etiska och miljöinriktade fonder. SEB och Swedbank hade erbjudit etiska fonder före undersökningsperioden till skillnad från Handelsbanken som började erbjuda etiska fonder år 2002. Däremot hade Nordea inte några

etiska fonder, men hade planer på att utforma ett nytt modernt utbud med fokus på ansvarsfulla investeringar. Det finns efterfrågan av kunder på etiska fonder därför hade Handelsbanken, SEB och Swedbank erbjudit etiska fonder för att uppfattas av utomstående som legitima. Handelsbanken valde att efterlikna SEB och Swedbank som ansågs vara framgångsrika och legitima, samtidigt som Nordea började att planlägga en introduktion av etiska och miljöinriktade fonder. Detta kan förklaras med imiterande isomorfism som enligt DiMaggio och Powell (1983) förklarar hur företag efterapar andra företag som anses mer legitima eller framgångsrika. Samtidigt finns det ekonomiska fördelar med detta. Schwartz och Carroll (2003) menar att något som innefattar etiskt ansvar även kan vara ekonomiskt, då företagens ansvarstaganden oftast överlappar varandra. Att Handelsbanken, SEB och Swedbank och erbjuder etiska fonder innebär även att ett mer varierande utbud erbjuds för att attrahera fler investerare. Likaså kan legitimitet och ekonomiska fördelar också förklara varför SEB började att emittera så kallade gröna obligationer.

Storbankerna vill att deras aktiviteter ska uppfattas av utomstående som legitima. Därför hade storbankerna vidtagit åtgärder för att minska sin direkta miljöpåverkan trots att de enligt Finansinspektion (2016a) har en liten direkt miljöpåverkan i förhållande till verksamheten. Handelsbanken och Swedbank hade till exempel mätt sina koldioxidutsläpp redan i början av undersökningsperioden, detta kan förklaras med att de har uppfattat ett socialt tryck som enligt TPB (Ajzen 2005, s. 117–118) påverkar företagen att engagera sig. Däremot hade Nordea börjat mäta sitt koldioxidutsläpp år 2008 samtidigt med införandet av hållbarhetsrapporter där regeringen har ställt krav att Nordea ska rapportera enligt GRI. För att tillgodose dessa krav hade Nordea börjat sin första hållbarhetsrapport enligt GRI där de måste mäta sina koldioxidutsläpp. Nordea började att mäta sina utsläpp inte på grund av frivillighet, utan på grund av tvång. Detta kan förklaras som tvingande isomorfism vilket enligt DiMaggio och Powell (1983) stammar från det politiska inflytandet och legitimitetsproblemet.

Swedbank var den enda storbanken som var certifierade av ISO 14001. En sådan certifiering kan ses som en typ av legitimitet. Enligt Dowling och Pfeffer (1975) kan organisationer försöka erhålla legitimitet genom att identifieras med symboler som har en stark social legitimitet. Varför de andra storbankerna inte har ett ISO-certifikat kan bero på att de inte har en positiv attityd gentemot detta certifikat vilket enligt TPB (Ajzen 2005, s. 117–118) kan vara den största faktorn till att en handling genomförs eller inte.

Allt miljöarbete är enligt storbankerna inte endast en strävan efter legitimitet, utan de har medgett att miljövinster medför kostnadsbesparingar och ökad lönsamhet. Den ökade IT-användningen och den minskade energiförbrukningen är exempel på en integration av miljöfrågor i verksamheten. Detta är ett tydligt exempel på Schwartz och Carrolls (2003) överlappande ansvarsdomäner, där det etiska miljöansvaret även innefattar ekonomiska fördelar.

5.3 Storbankerna och etik

De fyra storbankerna hade följt liknande etiska riktlinjer som till stor del präglades av de lagar och regelverk inom deras bransch som de är skyldiga att följa. Detta beror på att storbankerna agerar inom ett organisationsfält med samma miljömässiga förhållanden där Svenska Bankföreningen (u.å.b) har varit med vid utformningen av bankernas etiska riktlinjer. Enligt DiMaggio och Powell (1983) och Deephouse (1996) styrs ett sådant organisationsfält av den tvingande isomorfismen, där lagstiftning och regelverk kan forma organisationer till att likna varandra. I storbankernas etiska riktlinjer redogjorde de för sitt legala ansvar till exempel bekämpning mot penningtvätt, samt att de redogjorde för sitt etiska ansvar som förväntas av intressenter. Detta kan kopplas till Schwartz och Carroll (2003) som påpekat att en aktivitet kan vara av både etisk och legal art.

Varför alla banker har valt att i sina årsredovisningar redogöra för sina etiska riktlinjer är kopplat till legitimitetsproblemet. Enligt Farache och Perks (2010) tillåter samhället företaget att fungera så länge det uppför sig i enlighet med samhällets normer och värderingar. Gray et al. (1996, s. 46) bygger vidare på detta argument med att organisationer kan bara fortsätta att existera om samhället där de är verksamma i uppfattar att organisationen har ett värdesystem som står i relation till samhällets egna värdesystem. Att bankerna redogör för sina etiska riktlinjer är därmed ett sätt för att visa att deras värdesystem överensstämmer med samhällets egna värdesystem.

De fyra storbankerna har även gjort mer än vad lagen kräver. Ett exempel på det är när bankerna har ingått i en finansiell koalition i samarbete med ECPAT med målet att förhindra kommersiell exploatering av barn. Detta frivilliga åtagande är ett tydligt exempel av normativ

isomorfism (DiMaggio & Powell 1983), där bankerna har strukturerat sitt arbete efter normer och regler efter ett beslut av Svenska Bankföreningen (Finanskoalitionen u.å.)

Storbankerna hade utvecklat principer för ansvarsfulla investeringar i sin kapitalförvaltning. När och varför bankerna utvecklade en sådan policy skiljer sig åt. SEB var den första banken som frivilligt utvecklade en egen policy för ansvarsfulla investeringar år 2003. Detta till skillnad från de övriga tre bankerna vars policy är en produkt av den frivilliga överenskommelsen UN PRI som är en färdig standard som de tillämpar, men inte har utvecklat själva. Detta kan kopplas till DiMaggio och Powells (1983) imiterande isomorfism då dessa banker agerar under osäkerhet och i slutändan tenderar att likna varandra. Därför har bankerna valt att följa SEB och en policy som anses vara legitim.

På grund av bankernas principer för ansvarsfulla investeringar avyttrade Nordea år 2009 allt aktieinnehav i bolag som tillverkar klusterammunition och följande år avstod Swedbank från att investera i bolag som sysslar med oljesandsutvinning. Detta kan ses som en strategi för att upprätthålla sin legitimitet. Suchman (1995) förklarar att genom att manipulera miljöstrukturen kan organisationer få eller upprätthålla sin legitimitet. Likaledes menar Dowling och Pfeffer (1975) att organisationer kan försöka ändra definitionen av social legitimitet genom kommunikation, så att den överensstämmer med organisationens nuvarande verksamhet, produktion och värderingar. Även om Nordea avyttrar sitt aktieinnehav i bolag som tillverkar klusterammunition och Swedbank avstår från att investera i bolag som sysslar med oljesandsutvinning, har de fortfarande ett aktieinnehav i vapen- och oljeindustrin. De manipulerar bilden av deras verksamhet genom att enbart ta avstånd av en viss typ av produktion som de anser vara av oetisk karaktär, men samtidigt fortsätter de att investera i några av världens mest oetiska industrier.

5.4 Storbankerna och filantropi

SEB, Nordea, Swedbank hade sysslat med filantropi under hela undersökningsperioden. De redovisar om deras filantropi eftersom enligt Farache och Perks (2010); Deegan (2002); O'Donovan (2002); Cho och Patten (2007) är finansiella rapporter och hållbarhetsrapporter ett sätt för att presentera en socialt ansvarstagande bild så att organisationens beteende kan legitimeras.

Däremot var Handelsbankens princip att inte ge bidrag till välgörenhet. Detta kan förklaras med att deras mål är vinstmaximering för aktieägarna, vilket överensstämmer med CSR-motståndare som anser att vinstmaximering för aktieägarna är företagets främsta uppgift att fokusera på, istället för att jobba med sociala frågor (Friedman, 1970; Borglund, De Geer & Hallvarsson 2009; Davis, 1973). Undantaget år 2004 då Handelsbanken valde att skänka till tsunamikatastrofen beror på att kundernas och medarbetarnas intressen prioriterades framför aktieägarna. Eftersom alla intressenter inte kan tas i beaktande samtidigt eller få samma uppmärksamhet (Wagner Mainardes et al. 2012), måste därför organisationer fastställa vilka intressenter som är mest betydelsefulla i form av makt, legitimitet och nödvändighet (Mitchell et al. 1997). Varför Handelsbanken år 2010 valde att satsa mer på sociala projekt kan förklaras av att det sociala medvetandet om CSR-frågor har ökat, och att pressen likaså har ökat hos organisationer att ej enbart se till aktieägarnas bästa, vilket Branco och Rodrigues (2008b) har beskrivit.

Gemensamma nämnare i storbankernas filantropiska arbete var barn och ungdomar, idrott, kultur och utbildning. Detta kan bero på att de försöker få deras arbete att legitimeras med vad Dowling och Pfeffer (1975) menar, genom att identifieras med symboler, värderingar eller institutioner som har en stark bas av social legitimitet.

En problematik med det bankerna framställer som sociala eller filantropiska projekt, är att det kan likna sponsring eller marknadsföring. Ett exempel är att Handelsbanken, Nordea och Swedbank hade liknande skolinformationsprojekt med syftet att främja ungas kunskaper om privatekonomi. Frågan är om detta kan ses som ett filantropiskt projekt eller marknadsföring. Istället för att vara samhället till gagn, uppfattas detta mer som ett sätt för att få framtida kunder. Skolinformationsprojekten anordnas snarare med syftet att den enskilda banken ska framstå som det bästa alternativet och att ungdomarna ska välja deras bank när det gäller privatekonomiska frågor.

Bland de fyra storbankerna var SEB och Swedbank de som redovisade och bedrev mest sociala projekt. Detta kan kopplas till TPB och vad Ajzen (2005, s. 117–118) menar om att SEB och Swedbank har resurser, samt en positiv attityd mot filantropi vilket gör att beteendet mot det sociala arbetet blir positivt. Men även det sociala trycket kan spela en stor roll just i Baltikum. Både SEB och Swedbank ser Baltikum som sin hemmamarknad. I dessa länder är de sociala förhållandena annorlunda än i Norden och Västeuropa, och därför kan filantropi

vara viktigare där. Suchman (1995) menar att när en organisation flyttar till ett nytt verksamhetsområde, måste legitimitet erhållas. SEB och Swedbank är relativt nya på den baltiska marknaden och kan ha använt filantropi som en strategi för att få legitimitet i de baltiska delarna.

SEB var den bank som hade mest filantropi och utvecklade och beskrev sitt arbete allt mer. Det kan även vara kopplat till att SEB:s största ägare är familjen Wallenberg som är bland de största filantroperna i Sverige. Bara mellan 2009 och 2010 hade SEB ökat sina spendingar från 30 miljoner kronor år 2009 till 58 miljoner kronor år 2010. Detta kan vara ett sätt för dem att återskapa sin legitimitet efter finanskrisen. Enligt O'Donovan (2002) är återskapande av legitimitet reaktiv och kopplad till en kris, och Suchman (1995) menar att samma strategier för att få legitimitet kan användas för att återskapa legitimitet. I detta fall ökade de sina donationer inom filantropi nära inpå finanskrisen.

6. Diskussion och slutsats

Syftet med detta arbete var att beskriva och analysera hur CSR-aktiviteter inom de fyra största svenska bankerna Handelsbanken, SEB, Nordea och Swedbank har presenterats under perioden 2000–2010. Resultaten i denna undersökning visar att CSR-aktiviteterna inom de fyra storbankerna har förändrats under perioden 2000–2010. Alla bankerna hade utökat sina ansvarsåtaganden och haft ett aktivt deltagande i CSR-frågor genom åren 2000–2010. Dock finns det vissa skillnader i hur och när de har bedrivit olika CSR-aktiviteter.

För att besvara vårt syfte har vi genomfört en kvalitativ innehållsanalys. Vi har undersökt bankernas årsredovisningar och hållbarhetsrapporter. Det som vi fann vara bra med vårt metodval är att vi kunde få en sammanfattad och bred beskrivning av storbankernas CSR-aktiviteter. Det som vi fann mindre bra var att redovisningen inte var konsekvent, då bankerna väljer själva vad vill de redovisa. Vi hade valt att avgränsa studien till de fyra största svenska bankerna mellan åren 2000–2010 eftersom vi ansåg att tidsperioden 2000–2010 var mest intressant för vår undersökning eftersom skillnaden i utvecklingen var mer påtaglig. Det skulle ha varit bra om vi hade undersökt flera år och se utvecklingen tills nu, vilket vi inte kunde göra på grund av den omfattning av tid som skulle ha krävts. Vi har kodat och utvecklat kategorier utifrån vad vi hittat i materialet. Redovisningen av det empiriska materialet baserades på vad vi hade läst om begreppet CSR, samtidigt som vi hade tagit hänsyn till vad bankerna själva redovisat om deras CSR-arbete när det gäller till exempel mängden av materialet. Eftersom det inte finns en enhetlig definition av CSR, kan det som vi har valt att inkludera eller exkludera i innehållsanalysen skilja sig från andra uppfattningar av CSR-begreppet.

Resultaten från det empiriska materialet visar att bankerna har utformat CSR-aktiviteter inom liknande områden vilka är intressenter, miljö, etik och filantropi. Dock föreligger det vissa skillnader i hur och när storbankerna har bedrivit sina CSR-aktiviteter.

Undersökningen visar att bankerna hade tagit hänsyn till deras intressenter inom deras CSR-arbete. Bankerna hade prioriterat vissa intressenter före andra eftersom de inte kan tas i beaktande samtidigt eller få samma uppmärksamhet. Aktieägarna var bankernas viktigaste intressent. För att skapa värde åt dem så har kunderna också varit i fokus. För utan kunderna, ingen verksamhet. Storbankerna hade även tagit hänsyn till medarbetarnas intresse i form av

arbete med jämställdhetsfrågor och arbetsmiljöåtgärder, men detta kan uppfattas som en del av bankernas personalpolitik och inte CSR-arbete.

Gemensamt mellan SEB, Nordea och Swedbank var inkluderandet av flera intressenter, till skillnad från Handelsbanken som var sena med att inkludera flera intressentgrupper. Handelsbanken tog under en lång tid enbart hänsyn till kund och aktieägare. I och med att SEB, Nordea och Swedbank hade tagit hänsyn till flera intressenter under hela undersökningsperioden hade även deras definition om CSR omfattat flera intressenter till skillnad från Handelsbanken som mellan åren 2003–2007 definierade ansvarsfullt företagande med tyngdpunkten på kunden, men som år 2010 ändrades till ett mer samhällsinkluderande perspektiv.

Intressenternas intresse för ansvarsfullt företagande hade ökat, därför hade bankerna ökat sin CSR-kommunikation i form av publicering av separata hållbarhetsrapporter eller tillämpning av GRI:s redovisningsstandard för hållbarhetsredovisning. Handelsbanken, SEB och Swedbank hade gjort detta frivilligt för att möta intressenternas krav. Däremot hade Nordea redovisat enligt GRI:s riktlinjer eftersom den svenska staten var den största aktieägaren i banken.

Inom bankernas CSR-arbete har temat miljö varit den mest redovisade. Bankerna har inkluderat miljöaspekterna i deras CSR-arbete och redovisat mer om det än andra teman som vi har beskrivit i denna undersökning. Det empiriska materialet har visat att bankerna ser till både deras indirekta miljöpåverkan som vid kreditgivning och den direkta miljöpåverkan som energiförbrukning. Bankerna hade ökat sitt miljöansvar och anslutit sig till nästan samma frivilliga överenskommelser mellan 2000–2010, dock föreligger det skillnader när olika banker har valt att ansluta sig. Utöver dessa överenskommelser hade bankerna också erbjudit investeringar i etiska och miljöinriktade fonder, undantaget var Nordea som skulle introducera dessa fondalternativ efter år 2010. Förutom den indirekta miljöpåverkan hade storbankerna vidtagit åtgärder för att mäta och minska sin direkta miljöpåverkan. Mätning och redovisning av koldioxidutsläpp hade gjorts av bankerna på grund av socialt tryck och för Nordeas del tvång. Storbankerna uppfattade att miljöarbetet inbegrep fördelar för både samhälle och för bankernas lönsamhet.

I årsredovisningarna och hållbarhetsrapporterna hade bankerna redogjort för sina etiska riktlinjer. Eftersom bankerna är skyldiga att följa samma lagar och regler hade de liknande etiska riktlinjer. Dessa etiska riktlinjer hade Svenska Bankföreningen påverkat utformningen av. Utöver de etiska riktlinjerna hade bankerna även gjort mer än vad lagen kräver, exempelvis den finansiella koalitionen i samarbete med ECPAT. Storbankerna hade även utvecklat principer för ansvarsfulla investeringar i sin kapitalförvaltning. Nordea och Swedbank hade avyttrat aktieinnehav i bolag som tillverkar klusterammunition och oljesandsutvinning. Denna typ av åtgärd fann vi tveksam och dubbelmoralisk, eftersom de fortsatte att investera inom olja och vapen samtidigt som de agerade som moralens väktare.

SEB, Nordea, Swedbank hade sysslat med filantropi under hela undersökningsperioden. Detta till skillnad från Handelsbanken vars princip har varit att inte bidra till välgörenhet.

Undantaget från denna policy var år 2004 då de prioriterade kundernas och medarbetarnas intressen framför aktieägarna och skänkte till tsunamikatastrofen. Inte förrän år 2010 hade Handelsbanken valt att satsa mer på sociala projekt. SEB och Swedbank var de som redovisade och bedrev mest sociala projekt men SEB var den av alla storbanks som hade mest filantropi och utvecklade och beskrev sitt arbete allt mer. Det som var gemensamt mellan de fyra bankernas filantropiska arbete var barn och ungdomar, idrott, kultur och utbildning. Dock kan det bankerna framställer som sociala eller filantropiska projekt liknas vid sponsring eller marknadsföring. Exempelvis skolinformationsprojekten som Handelsbanken, Nordea och Swedbank anordnade.

Slutsatsen vi kan dra utifrån studien är att bankernas CSR-aktiviteter har ökat under perioden 2000–2010. Detta kan ses genom att de har upprätthållit sina intressentrelationer genom att inkludera flera intressenter i deras CSR-arbete och ökat sin CSR-kommunikation gentemot dem. Storbankernas ansvar inom miljö, etik och filantropi ses genom deras arbete med den direkta och indirekta miljöpåverkan, frivilliga överenskommelser som de har anslutit sig till, etiska riktlinjer som de har utvecklat, erbjudande av investering i etiska och miljöinriktade fonder, ansvarsfulla investeringar och deras utökade arbete med sociala projekt. Skillnaderna i deras CSR-arbete ligger mest på när bankerna har utvecklat sina aktiviteter, men CSR-arbetet inom storbankerna har i slutändan tenderat att likna varandra.

Vi har använt olika teorier som tillsammans med empirin kunde skapa förståelse om det område som vi har undersökt. Med hjälp av intressentteorin kunde vi förklara varför bankerna har tagit hänsyn till deras intressenter inom deras CSR-arbete. Olika intressenter kan inte tas i beaktande samtidigt eller få samma uppmärksamhet, därför har bankerna prioriterat olika intressenter. Varför bankerna valt att bedriva och redovisa om deras miljöarbete förklaras med att de vill att deras arbete ska uppfattas som legitima, men bankerna har också varit medvetna om att miljöarbetet medför kostnadsbesparingar och ökad lönsamhet. Enligt teorin om isomorfism tenderar organisationer som är inom samma fält att likna varandra där lagstiftning, regelverk och osäkerhet tvingar organisationer att likna varandra, vilket kopplas till att bankerna har samma etiska ståndpunkter. För att bankerna ska uppfattas som legitima har de också gjort mer än vad lagen kräver. Som ett sätt för att presentera en socialt ansvarstagande bild så att organisationens beteende kan legitimeras har bankerna sysslat med filantropi. Varför bankerna följer varandra i deras CSR-arbete och tenderar att likna varandra kan förklaras med hjälp av isomorfism. Tidsskillnaderna i bankernas CSR-aktiviteter kan förklaras med hjälp av TPB. Bankernas attityd och uppfattade tryck påverkade dem att engagera sig i olika CSR-aktiviteter.

Sammanfattningsvis kan storbankernas CSR anses som en strävan efter legitimitet och att deras CSR-aktiviteter präglas av isomorfism. Bankerna agerar inte på moraliska grunder utan måste på grund av konkurrens utmärka sig. Att företagen väljer att investera i olika CSR-aktiviteter kan ses som ett sätt för att maximera framtida vinster då CSR-kraven ökar bland omgivningen. Ett kontraargument mot CSR-motståndarna som anser att vinstmaximering för aktieägarna är företagets främsta uppgift som de måste fokusera på, istället för att arbeta med sociala frågor. I dagens värld måste CSR på något sätt användas för att överleva och växa som företag.

Källförteckning

Aguinis, H. & Glavas, A. (2012). What We Don't Know About Corporate Social Responsibility: A Review and Research Agenda. *Journal of Management*, 38(4), s. 932-968.

Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality and Behaviour*. 2.uppl. Maidenhead: Open University Press

Alvesson, M. & Sköldbberg, K. (2008). *Tolkning och reflektion - vetenskapsfilosofi och kvalitativ metod*. Lund: Studentlitteratur AB.

Baden, D. (2016). A Reconstruction of Carroll's Pyramid of Corporate Social Responsibility for the 21st Century. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 1(1), s. 1-15.

Borglund, T., De Geer, H. & Hallvarsson, M. (2009). *Värdeskapande CSR: hur företag tar socialt ansvar*. Falun: Nordstedts Akademiska Förlag.

Bowen, G. (2009). Document Analysis as a Qualitative Research Method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), s. 27-40.

Bowen, H. R. (2013). *Social responsibility of the businessman*. Iowa city: University of Iowa press.

Bryman, A. & Bell, E. (2017). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. 3.1. uppl. Liber AB: Malmö

Branco, M. C. & Rodrigues, L. L. (2007). Positioning stakeholder theory within the debate on corporate social responsibility. *Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*, 12(1), s. 5-15.

Branco, M. C. & Rodrigues, L. L. (2008a). Factors Influencing Social Responsibility Disclosure by Portuguese Companies. *Journal of Business Ethics*, 83(4), s. 685-701.

Branco, M. C. & Rodrigues, L. L. (2008b). Social Responsibility Disclosure: A Study of Proxies for the Public Visibility of Portuguese Banks. *The British Accounting Review*, 40(2), s. 161-181.

Campbell, J. L. (2006). Institutional Analysis and the Paradox of Corporate Social Responsibility. *American Behavioral Scientist*, 49(7), s. 925-938.

Campbell, J. L. (2007). Why Would Corporations Behave in Socially Responsible Ways? An Institutional Theory of Corporate Social Responsibility. *The Academy of Management Review*, 32(3), s. 946-967.

Carnevale, C., Mazzuca, M. & Venturini, S. (2012). Corporate Social Reporting in European Banks: The Effects on a Firm's Market Value. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 19(3), s. 159-177.

Carroll, A. B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *The Academy of Management Review*, 4(4), s. 497-505.

Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), s. 39-48.

Carroll, A. B. (2008). A History of Corporate Social Responsibility: Concepts and Practices. *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*. Oxford University Press, s. 19-46.

Carroll, A. B. (2016). Carroll's Pyramid of CSR: Taking Another Look. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 1(1), s. 1-8.

Cho, C. H. & Patten, D. M. (2007). The role of environmental disclosures as tools of legitimacy: A research note. *Accounting, Organizations and Society*, 32(7), s. 639-647.

Clarkson, M. B. E. (1995). A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance. *The Academy of Management Review*, 20(1), s. 92-117.

Dahlsrud, A. (2008). How Corporate Social Responsibility is Defined: an Analysis of 37 Definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 15(1), s. 1-13

Davis, K. (1973). The case for and against business assumption of social responsibilities. *Academy of Management Journal*, 16 (2), s. 312–322.

Deegan, C. M. (2002). Introduction: The legitimising effect of social and environmental disclosures- a theoretical foundation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), s. 282-311.

Deegan, C. M. (2013). *Financial accounting theory*. 4. uppl. North Ryde: McGraw-Hill Education.

Deephouse, D. L. (1996). Does Isomorphism Legitimate? *The Academy of Management Journal*, 39(4), s. 1024-1039.

DiMaggio, P. J. & Powell, W. W. (1983). The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American sociological review*, 48(2), s. 147-160.

Dowling, J. & Pfeffer, J. (1975). Organizational legitimacy: Social values and organisational behavior. *The Pacific Sociological Review*, 18, s. 122-136.

Elo, S & Kyngäs, H. (2008). The qualitative content analysis process. *Journal of Advanced Nursing*, 62(1), s. 107-115.

Farache, F. & Perks, K. J. (2010). CSR advertisements: a legitimacy tool? *Corporate Communications: An International Journal*, 15(3), s. 235–248.

Finansinspektionen (2015). *Miljö- och hållbarhetsperspektiv i kreditgivning till företag*. https://www.fi.se/contentassets/3dcce69634c749cbac3109cd60ce1dc8/hallbar_kredit.pdf [2018-03-16]

Finansinspektionen (2016). *Hur kan finanssektorn bidra till en hållbar utveckling?*
https://www.fi.se/contentassets/123efb8f00f34f4cab1b0b1e17cb0bf4/finanssektor_och_hallbarhet.pdf [2018-03-16]

Finansinspektionen (2017). *Stabiliteten i det finansiella systemet.*
<http://www.fi.se/contentassets/3613a7a9f24e425c8b6dfe6e861d6567/stab2-17ny2.pdf> [2018-02-19]

Forman, J. & Damschroder, L. (2008). Qualitative Content Analysis. I Jacoby, & Siminoff, L., A. (red.) *Empirical Methods for Bioethics: A Primer*. Offord: Emerald Group Publishing Limited, s. 39-62.

Freeman, R. E. & Reed, D. L. (1983). Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance. *California Management Review*, 25(3), s.88-106.

Garriga, E. & Melé, D. (2004). Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory. *Journal of Business Ethics*, 53(1/2), s. 51-71.

Grafström, M., Göthberg, P. & Windell, K. (2008). *CSR: Företagsansvar i förändring*. 1. Uppl., Malmö: Liber

Grankvist, P. (2012). *Corporate Social Responsibility i praktiken- Hur företag jobbar med hållbarhet för att tjäna pengar*. 2.Uppl. Stockholm:Liber.

Gray, R., Owen, D. & Adams, C. (1996). *Accounting & Accountability: Changes and Challenges in Corporate Social and Environmental Reporting*. Prentice Hall.

GRI (u.å.). *About GRI*. <https://www.globalreporting.org/information/about-gri/Pages/default.aspx> [2018-04-24]

Handelsbanken (2017). *Handelsbanken i korthet*.
https://www.handelsbanken.se/shb/INeT/IStartSv.nsf/FrameSet?OpenView&iddef=ombanken&navid=Investor_Relations&navob=54&base=/Shb/Inet/ICentSv.nsf&a

mp;sa=/Shb/Inet/ICentSv.nsf/default/q700BBE2F5D0AE8B2C12571F10024A224 [2018-03-13]

Handelsbanken (2018). *Aktieägarna*.

https://www.handelsbanken.se/shb/INeT/IStartSv.nsf/FrameSet?OpenView&iddef=ombanken&navid=Investor_Relations&navob=54&base=/shb/Inet/ICentSv.nsf∓sa=/shb/Inet/ICentSv.nsf/default/q700BBE2F5D0AE8B2C12571F10024A224

Justesen, L. & Meyer, N. M. (2011). *Kvalitativa metoder: Från vetenskapsteori till praktik*. Lund: Studentlitteratur

Kelabi, S. A. & Nalband, N. A. (2014). Redesigning Carroll's CSR pyramid model. *Journal of Advanced Management Science*, 2 (3), s. 236-239.

Konkurrensverket (2016). *Storbankkoncernernas olika verksamheter: en översiktlig beskrivning av olika delmarknader*.

http://www.konkurrensverket.se/globalassets/publikationer/rapporter/rapport_2016-2.pdf [2018-01-09].

Kracauer, S. (1952). The challenge of qualitative content analysis. *The Public Opinion Quarterly*, 16(4), s. 631-642.

Lock, I. & Seele, P. (2015). Analyzing Sector-Specific CSR Reporting: Social and Environmental Disclosure to Investors in the Chemicals and Banking and Insurance Industry. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 22(2), s.113-128.

Milne, M. J., Kearins, K. & Walton, S. (2006). Creating Adventures in Wonderland: The Journey Metaphor and Environmental Sustainability. *Organization*, 13(6), s. 801-839.

Mitchell, R., Agle, B. & Wood, D. (1997). Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts. *The Academy of Management Review*, 22(4), s. 853-886.

Nordea (u.å). *Nordea i korthet*. <https://www.nordea.com/sv/om-nordea/vilka-vi-ar/> [2018-04-16]

Nordea (2018). *Aktieägare*. <https://www.nordea.com/sv/investor-relations/nordeaaktien/aktieagare/> [2018-05-19]

O'Donovan, G. (2002). Environmental disclosures in the annual report – Extending the applicability and predictive power of legitimacy theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), s. 344-371.

Post, J. E., Preston, L. E. & Sachs S. (2002). Managing the Extended Enterprise: The New Stakeholder View. *California Management Review*, 45(1), s. 6-28.

Potter, W. J. & Levine-Donnerstein, D. (1999). Rethinking Validity and Reliability in Content Analysis. *Journal of Applied Communication Research*, 27(3), s. 258-284.

Rahman, S. (2011). Evaluation of Definitions: Ten Dimensions of Corporate Social Responsibility. *World Review of Business Research*, 1(1), s. 166–176.

Regeringen (2006). *OECD:s riktlinjer för multinationella företag*.
<https://www.regeringen.se/contentassets/0c3dc5f9676c4c3cbbbff817d939b024/oecds-riktlinjer-for-multinationella-foretag---en-handbok> [2018-04-16]

Regeringen (2015). *Politik för hållbart företagande*.
<http://www.regeringen.se/4afa08/contentassets/fddf455a4b1843b6a58c70b2e9f0c6fe/politik-for-hallbart-foretagande.pdf> [2018-02-14]

Regeringen (2016). *Hållbar finansmarknad*. <http://www.regeringen.se/regeringens-politik/finansmarknad/hallbar-finansmarknad/>
[2018-03-16]

Riksbanken (2016). *Den svenska finansmarknaden*.
https://www.riksbank.se/globalassets/media/rapporter/den-svenska-finansmarknaden/svenska/2016/rap_finansm_160831_sve.pdf [2018-02-19]

- Riksrevisionen (2017). *Genomförandet av aktieförsäljningarna i Nordea*.
<https://www.riksrevisionen.se/nu-granskas/pagaende-granskningar/genomforandet-av-aktieforsaljningarna-i-nordea.html> [2018-04-30]
- Roberts, R. W. (1992). Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure: An Application of Stakeholder Theory. *Accounting, Organizations and Society*, 17(6). 595-612.
- Sapkauskiene, A. & Leitoniene, S. (2014). Corporate Social Responsibility Research Methods Analysis. *European Scientific Journal*, 10(Special Edition 1), s. 237-244.
- Scholtens, B. (2006). Finance as a Driver of Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*, 68(1), s. 19-33.
- Scholtens, B. (2009). Corporate Social Responsibility in the International Banking Industry. *Journal of Business Ethics*, 86(2), s. 159-175.
- Schwartz, M. S. & Carroll, A. B. (2003). Corporate Social Responsibility: A Three-Domain Approach. *Business Ethics Quarterly*, 13(4), s. 503–530.
- SEB, (u.å). *Vilka vi är*. <https://sebgroupp.com/sv/om-seb/vilka-vi-ar> [2018-04-16]
- SEB (2018). De största aktieägarna. <https://sebgroupp.com/sv/investor-relations/aktien/de-storsta-aktieagarna>
- Stemler, S. E. (2001). An Overview Of Content Analysis. *Practical Assessment, Research & Evaluation*, 2001, 7(17).
- Suchman, M. S. (1995). Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. *The Academy of Management Review*, 20 (3), s. 571–610.
- Svenska Bankföreningen (2014). *Bankernas betydelse för Sverige*.
https://www.swedishbankers.se/media/1001/1402bankernas_betydelse.pdf [2018-02-19]

Svenska Bankföreningen (2017a). *Bankerna i samhället*.

<https://www.swedishbankers.se/fakta-och-rapporter/svensk-bankmarknad/bankerna-i-samhaellet/> [2018-03-16]

Svenska Bankföreningen (2017b). *De stora bankkoncernerna*.

<https://www.swedishbankers.se/fakta-och-rapporter/svensk-bankmarknad/de-stora-bankkoncernerna/> [2018-04-30]

Svenska Bankföreningen (u.å.a). *Om bankföreningen*. <https://www.swedishbankers.se/om-oss/om-bankfoereningen/om-bankfoereningen/> [2018-05-12]

Svenska Bankföreningen (u.å.b). *Riktlinjer för etiska frågor i bank*.

<https://www.swedishbankers.se/vi-tycker/rekommendationer/bankfoereningens-rekommendationer/riktlinjer-foer-etiska-fraagor-i-bank/> [2018-05-12]

Svensk Handel (u.å.). *Det ansvarsfulla företaget*.

http://www.svenskhandel.se/globalassets/_gammalt-innehall/miljo-och-csr/det-ansvarsfulla-foretaget.pdf [2018-01-03]

Swedbank, (u.å). *Om Swedbank*. <https://www.swedbank.com/svenska/om-oss/> [2018-04-16]

Swedbank (2018). *Swedbanks aktieägare*. <https://www.swedbank.com/svenska/investor-relations/swedbanks-aktier/aktieagare/>

Thomas, T. E. & Lamm, E. (2012). Legitimacy and Organizational Sustainability. *Journal of Business Ethics*, 110(2), s. 191-203.

Thurén, T. (2003). *Sant eller falskt? Metoder i källkritik*. Stockholm: Krisberedskapsmyndigheten.

Thurén, T. (2013). *Källkritik*. 3 uppl., Stockholm: Liber.

Wagner, M. E., Alves, H. & Raposo, M. (2012). A model for stakeholder classification and stakeholder relationships. *Management Decision*, 50 (10), s.1861–1879.

Zimmerman, M. A. & Zeitz, G. J. (2002). Beyond Survival: Achieving New Venture Growth by Building Legitimacy. *The Academy of Management Review*, 27(3), s. 414-431.

Års- och hållbarhetsredovisningar:

Handelsbanken (2000a-2010a). *Årsredovisning 2000-2010*. Stockholm: Svenska Handelsbanken AB.

https://www.handelsbanken.se/shb/INeT/IStartSv.nsf/FrameSet?OpenView&iddef=ombanken&navid=Investor_Relations&navob=54&base=/shb/Inet/ICentSv.nsf&sa=/shb/Inet/ICentSv.nsf/default/q700BBE2F5D0AE8B2C12571F10024A224. [2018-03-05]

Handelsbanken (2010b). *Hållbarhetsredovisning 2010*. Stockholm: Svenska Handelsbanken AB. [https://www.handelsbanken.se/shb/inet/icentsv.nsf/vlookuppics/investor_relations_hallbarhetsredovisning_2010/\\$file/hr_2010_sv.pdf](https://www.handelsbanken.se/shb/inet/icentsv.nsf/vlookuppics/investor_relations_hallbarhetsredovisning_2010/$file/hr_2010_sv.pdf)[2018-03-05]

Nordea (2000a- 2010a). *Årsredovisning 2000-2010*. Stockholm: Nordea AB.

<https://www.nordea.com/sv/investor-relations/rapporter-och-presentationer/group-annual-reports/> [2018-03-05]

Nordea (2008b-2010b). *CSR Report 2008-2010*. Stockholm: Nordea AB.

<https://www.nordea.com/sv/haallbarhet/rapportering/rapporter-och-data/?&p=1> [2018-03-05]

SEB (2000a-2010a). *Årsredovisning 2000-2010*. Stockholm: Skandinaviska Enskilda Banken AB. <https://sebgroun.com/sv/investor-relations/rapporter-och-presentationer/arsredovisningar> [2018-03-05]

SEB (2007b-2010b). *Corporate Social Responsibility Report 2007-2010*. Stockholm:

Skandinaviska Enskilda Banken AB. <https://sebgroun.com/sv/investor-relations/rapporter-och-presentationer/hallbarhetsrapporter> [2018-03-05]

Swedbank (2000a-2010a). *Årsredovisning 2000-2010*. Stockholm: FöreningsSparbanken AB.
<https://www.swedbank.com/svenska/investor-relations/finansiell-information-och-publikationer/arsredovisningar/> [2018-03-05]

Swedbank (2001b-2002b). *Hållbarhetsredovisning 2001b-2002b*. Stockholm: FöreningsSparbanken AB.
<https://www.swedbank.com/svenska/hallbarhet/rapportering-uppfoljning/#!/> [2018-03-05]

Bilaga 1

Kodningsschema

1. Intressenter
1.1 Aktieägare 1.2 Kunder 1.3 Medarbetare 1.4 CSR-definition 1.5 CSR-kommunikation
2. Miljö
2.1 Frivilliga överenskommelser 2.2 Ansvarsfull kreditgivning 2.3 Etiska och miljöinriktade fonder och obligationer 2.4 Energiförbrukning 2.5 Koldioxidutsläpp
3. Etik
3.1 Etiska riktlinjer/uppförandekod 3.2 Ansvarsfulla investeringar 3.3 Etiska och miljöinriktade fonder 3.4 Ansvarsfull kapitalförvaltning
4. Filantropi
4.1 Vålgörenhet 4.2 Sociala projekt

Bilaga 2

Handelsbankens definition av CSR

År	Definition	Definierat begrepp	Definitionens källa	Intressenthänsyn
2000	-	-	-	-
2001	-	-	-	-
2002	-	-	-	-
2003	Ansvarsfullt företagande – att leverera bättre service än övriga banker samtidigt som banken har lägre kostnader än konkurrenterna – är en förutsättning för att Handelsbanken även i fortsättningen ska ha en högre lönsamhet och därmed kunna lämna ett större bidrag till samhällsekonomin än övriga nordiska banker. (Handelsbanken 2003a, s. 21)	Ansvarsfullt företagande	Egen	Kund
2004	-II- (Handelsbanken 2004a, s. 19)	Ansvarsfullt företagande	Egen	Kund
2005	-II- (Handelsbanken 2005a, s.121)	Ansvarsfullt företagande	Egen	Kund
2006	-II- (Handelsbanken 2006a, s. 114)	Ansvarsfullt företagande	Egen	Kund
2007	-II- (Handelsbanken 2007a, s. 119)	Ansvarsfullt företagande	Egen	Kund
2008	-	-	-	-
2009	-	-	-	-
2010	För Handelsbanken innebär hållbarhet att tillmötesgå kundernas behov av finansiella produkter och tjänster på ett ansvarsfullt sätt, ge aktieägarna en god avkastning, vara en bra arbetsgivare och en stabil aktör som ger ett positivt bidrag till samhället och deras utveckling (Handelsbanken 2010a, s. 2)	Hållbarhet	Egen	Alla
2010	Socialt ansvarstagande i Handelsbanken kännetecknas av ansvarsfull	Socialt	Egen	Alla

	rådgivning och kreditgivning, strävan efter att ha nöjda kunder och att vara en bra arbetsgivare (Handelsbanken 2010a, s. 15)	ansvarstagande		
2010	För Handelsbanken betyder ett ansvarsfullt företagande att agera på ett sådant sätt att våra intressenter har ett fortsatt förtroende för banken. (Handelsbanken 2010a, s. 2)	Ansvarsfullt företagande	Egen	Alla

SEB:s definition av CSR

År	Definition	Definierat begrepp	Definitionens källa	Intressenthänsyn
2000	-	-	-	-
2001	-	-	-	-
2002	-	-	-	-
2003	-	-	-	-
2004	-	-	-	-
2005	-	-	-	-
2006	-	-	-	-
2007	To us, corporate responsibility means being a bank that serves our clients with excellence. While at the same time being a good employer, actively encouraging equality and ethnic, diversity providing a sound return to our shareholders, using high standards of governance, playing an active role in the community and respecting the environment while addressing the challenges posed by climate change. (SEB 2007b, s. 6)	Corporate responsibility (Ansvarsfullt företagande)	Egen	Alla
2008	-II- (SEB 2008b, s.6)	Corporate responsibility (Ansvarsfullt företagande)	Egen	Alla
2009	At SEB, sustainable development means building a sustainable business as a bank. Our business shall be underpinned by strong ethics and good governance, long-term relationships and highly committed people delivering the corporate strategy and managing the social and environmental impact of our business. (SEB 2009b, s. 10)	Sustainable Development	Egen	Alla

2010	-	-	-	-

Nordeas definition av CSR

År	Definition	Definierat begrepp	Definitionens källa	Intressenthänsyn
2000	-	-	-	-
2001	-	-	-	-
2002	Corporate Social Responsibility, CSR, and Sustainable Development, SD, are becoming interchangeable concepts. Social Responsibility includes environmental responsibility and Sustainable Development includes social developments. Combined with financial performance they are covered by the single concept of Sustainability. For Nordea, CSR, has become the term most often used when referring to the area of Corporate Governance, Business Ethics, Environmental Care and Social Responsibility. (Nordea 2002a, s. 56)	CSR & Sustainable Development	Egen	Alla
2003	Corporate Social Responsibility (CSR) is the concept whereby a company maintains and enhances its relations with internal and external stakeholders (Nordea 2003a, s. 54)	CSR	Egen	Alla
2004	Corporate Social Responsibility (CSR) is the concept whereby a company maintains and enhances its relations with internal and external stakeholders (Nordea 2004a, s. 34)	CSR	Egen	Alla
2005	Corporate Social Responsibility (CSR) is the concept whereby a company maintains and enhances its relations with the societies in which it operates (Nordea 2005a, s. 27)	CSR	Egen	Alla
2006	Corporate Social Responsibility (CSR) is the concept whereby a company maintains and enhances its relations with internal and external stakeholders	CSR	Egen	Alla

	that reach beyond the purely financial performance of its business. Reputation, trust and good business conduct are all important end products of CSR. (Nordea 2006a, s. 32)			
2007	Corporate Social Responsibility (CSR) is the concept whereby a company maintains and enhances its relations with internal and external stakeholders that reach beyond the purely financial performance of its business. Reputation, trust and good business conduct are all important end products of CSR. (Nordea 2007a, s. 40)	CSR	Egen	Alla
2008	Företagets samhällsansvar (Corporate Social Responsibility, CSR) handlar om att upprätthålla och stärka relationer med interna och externa intressenter. Intressenter är parter med intressen i Nordea, som ibland sträcker sig bortom det rent finansiella. Samhällsansvaret ska säkerställa gott anseende, tillit och ansvarsfullt affärsutövande. (Nordea 2008a, s. 24)	Företagens samhällsansvar/CSR	Egen	Alla
2009	-	-	-	-
2010	-	-	-	-

Swedbanks definition av CSR

År	Definition	Definierat begrepp	Definitionens källa	Intressenthänsyn
2000	Hållbarhetsbegreppet baseras på att ekonomiska, sociala och miljömässiga faktorer samverkar i en helhet. (Swedbank 2000a, s. 61)	Hållbarhet	Egen	Alla
2001	Hållbarhet handlar om att företag engagerar sig i sin verksamhets inverkan på miljö och samhälle. Där ingår bland annat förhindrande av brott mot mänskliga rättigheter, en bra arbetsmiljö och god affärsetik. Men hållbarhet handlar också om varumärke och konkurrenskraft. Såväl kunder som arbetstagare söker sig till företag vars värderingar de kan identifiera sig med. Därmed är hållbarhetsarbetet en viktig grund för ett företags långsiktiga relationer (2001b, s. 3)	Hållbarhet	Egen	Alla
2002	Hållbarhet handlar om att ekonomi, miljö och samhälle samverkar i en	Hållbarhet	Brundtlandskommiss	Alla

	helhet. Hållbarhetsbegreppet kan också definieras som ”att utvecklingen tillgodoser dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillgodose sina behov”. Definitionen kommer från Världskommissionen för Miljö och Utveckling, även kallad Brundtlandkommissionen. (Swedbank 2002b, s. 4)		ionen	
2003	Hållbarhet handlar om att ekonomi, miljö och samhälle samverkar i en helhet. Hållbarhetsbegreppet kan också definieras som ”att utvecklingen tillgodoser dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillgodose sina behov”. Definitionen kommer från Världskommissionen för Miljö och Utveckling, även kallad Brundtlandkommissionen. (Swedbank 2003a, s. 18)	Hållbarhet	Brundtlandskommissionen	Alla
2004	-	-	-	-
2005	-	-	-	-
2006	-	-	-	-
2007	-	-	-	-
2008	-	-	-	-
2009	-	-	-	-
2010	-	-	-	-