

Hållbarhetsredovisning inom flygbranschen

- En studie om kvalitén i flygbolagens hållbarhetsrapporter

Av: Kevin De Silva & Christoffer Lönngren

Handledare: Bengt Lindström & Jurek Millak

Södertörns högskola | Institutionen för samhällsvetenskaper

Kandidatuppsats 15 hp

Företagsekonomi | Vårterminen 2019



Sammanfattning

Titel: Hållbarhetsredovisning inom flygbranschen - en studie om kvalitén i flygbolagens hållbarhetsrapporter

Bakgrund och problemformulering: Samhällets ökade oro kring miljöförstöring, växthuseffekten, klimatförändringar och kränkningar av mänskliga rättigheter har inspirerat till affärsmetoder som tar större hänsyn till socialt ansvar. Detta har lett till att det sedan 2017 är obligatoriskt för företag av en viss storlek att redovisa icke-finansiell information kring hur de bemöter sociala och miljörelaterade frågor samt utmaningar i en hållbarhetsrapport. En bransch som har hög press på sig att redovisa på vilket sätt de arbetar för en hållbar utveckling är flygbranschen, men tidigare studier visar att det råder en osäkerhet kring hur man ska hållbarhetsrapportera och att det lett till en bristande kvalitet på rapporterna.

Syfte: Syftet med studien är att undersöka samt tillföra förståelse för kvalitet inom hållbarhetsredovisning. Vidare syftar studien till att jämföra hållbarhetsrapporter över tid och undersöka om det skett någon förändring gällande hållbarhetsredovisningens kvalitet.

Metod: Denna studie använder sig av en komparativ samt longitudinell forskningsdesign. Studien utgår ifrån en kvalitativ forskningsstrategi med kvantitativa inslag där en kvalitativ innehållsanalys används. Ett kodningsschema används för att undersöka företagens hållbarhetsredovisningar.

Slutsats: Studiens empiri visar att kvalitén på hållbarhetsredovisningen inom Europeiska flygbolag har förbättrats avsevärt mellan år 2015-2018, men det finns ännu stort utrymme för hållbarhetsredovisningen att utvecklas. Genom en granskning av bolagens hållbarhetsrapporter ser man en tydlig riktning mot att hållbarhetsredovisningarna visar allt mer likheter kvalitetsmässigt, och bolagen har lagt mest fokus på att förbättra redovisningen av trender över tiden samt deras prestationer inom miljömässiga frågor.

Nyckelord: Hållbarhetsredovisning, flygbranschen, flygbolag, hållbarhet, kvalitet

Abstract

Title: Sustainability reporting in the airline industry - a study on the quality of the airlines' sustainability reports

Background and problem discussion: Society's increased concern about environmental pollution, the greenhouse effect, climate change and human rights violations have inspired business practices that take greater account of social responsibility. This has led to the fact that since 2017 it is mandatory for companies of a certain size to report non-financial information on how they deal with social and environmental issues in a sustainability report. An industry that has high pressure to report how they work for sustainable development is the aviation industry, but previous studies show that there is uncertainty about how to report sustainability and that it has led to a lack of quality in the reports.

Purpose: The purpose of the study is to examine and add understanding of quality in sustainability reporting. The study also aims to compare sustainability reports over time and examine if the quality within sustainability reporting has changed.

Method: This study uses a comparative and longitudinal research design. The study is based on a qualitative research strategy with quantitative elements using a qualitative content analysis. An encoding scheme is used to assess the companies' sustainability reports.

Results: The study's empirical data shows that the quality of the sustainability reports within European airlines has improved considerably between 2015-2018, but there is still room for sustainability reporting to develop. Through a review of the companies' sustainability reports, you can see a clear direction that the sustainability reports are showing more and more similarities in terms of quality, and the companies have focused most on improving the reporting of trends over time as well as their performance in environmental issues.

Keywords: Sustainability report, airline industry, airline, sustainability, quality

Förord

Vi vill rikta ett särskilt stort tack till våra handledare Bengt Lindström och Jurek Millak som under terminen lagt ner mycket tid för att ge oss råd och vägledning. Vi vill även tacka opponenterna för deras konstruktiva synpunkter genom uppsatsskrivandet.

Stockholm, juni 2019

Kevin De Silva

Christoffer Lönngrén

Innehållsförteckning

1. Inledning.....	1
1.1 Bakgrund	1
1.2 Problemformulering	2
1.3 Syfte	5
1.4 Avgränsningar.....	5
2. Metod	6
2.1 Forskningsdesign	6
2.2 Forskningsstrategi	6
2.3 Innehållsanalys.....	7
2.4 Insamling av data	7
2.5 Urval.....	8
2.6 Kodningsschema	9
2.6.1 Exempel poäng.....	11
2.7 Metodkritik	15
3. Teoretisk referensram.....	17
3.1 Global Reporting Initiative	17
3.2 EU-direktiv 2014/95/EU.....	18
3.3 Hållbarhetsredovisningens innehåll	19
3.4 Legitimitetsteorin	20
3.5 Intressentteorin.....	21
3.6 Kvalité utifrån relevans och trovärdighet	23
3.6.1 Relevans.....	25
3.6.2 Trovärdighet.....	26
4. Resultat.....	27
4.1 Lufthansa Group	27
4.2 Air France-KLM	28
4.3 IAG.....	30
4.4 TUI.....	31
4.5 Thomas Cook Group	33
4.6 Ryanair	34
4.7 Easyjet	36
4.8 SAS Group.....	37
4.9 Sammanställning av empiri	39
5. Analys	41

5.1 Hållbarhetsredovisningens kvalitet	41
5.2 Hållbarhetsrapporternas innehåll	44
6. Slutsats	47
7. Slutdiskussion	48
7.1 Reflektion över metodval	48
7.2 Förslag till vidare forskning.....	49
Referenslista	
Bilagor.....	

Tabellförteckning

Tabell 2.1 Urval företag	9
Tabell 2.2 Kodningschema.....	9
Tabell 2.3 Utvärderingsverktyg.....	11
Tabell 4.1 Lufthansa group.....	27
Tabell 4.2 Air France-KLM.....	29
Tabell 4.3 IAG.....	30
Tabell 4.4 TUI group.....	32
Tabell 4.5 Thomas Cook Group	33
Tabell 4.6 Ryanair.....	35
Tabell 4.7 EasyJet.....	36
Tabell 4.8 SAS group.....	38
Tabell 4.9 Sammanställning Relevans.....	40
Tabell 4.10 Sammanställning Trovärdighet.....	40
Tabell 5.1 Relevans 2018.....	41
Tabell 5.2 Trovärdighet 2018.....	41

Definitionslista

EU: Europeiska Unionen

GRI: Global Reporting Initiative

CSR: Corporate Social Responsibility

IAG: International Airlines Group

IASB: International Accounting Standards Board

IFRS: International Financial Reporting Standards

PwC: Pricewaterhousecoopers

EY: Ernst & Young

1. Inledning

I detta kapitel redogörs bakgrundsinformation kopplat till studiens syfte samt det aktuella problemet inom ämnet. Därefter redogörs studiens syfte, forskningsfrågor samt avgränsningar.

1.1 Bakgrund

Samhällets ökade oro kring miljöförstöring, växthuseffekten, klimatförändringar och kränkningar av mänskliga rättigheter har inspirerat till affärsmetoder som tar större hänsyn till socialt ansvar, vilket bland annat innebär att de arbetar för en hållbar utveckling samt för att leva upp till de förväntningar intressenterna har. Detta ansvar har pressat företagen till att agera mot problemen och ta hänsyn till samhällets krav vid bedrivandet av verksamheter, och inte bara fokusera på dess ekonomiska lönsamhet (Adams and Frost 2008). Vidare har intressenternas efterfrågan på icke-finansiell information fått företagen att förstå vikten av att arbeta med hållbarhetsfrågor, och även lett till hållbarhetsrapporterna blivit en viktig del för att redovisa företagens arbete inom sociala samt miljörelaterade frågor (Boiral 2013).

Redan i början av 1990-talet började företag av olika anledningar att publicera rapporter där de redovisade miljöinformation, bland annat till följd av att FN börjat visa ett ökat intresse kring företagens redovisning av dess arbete inom miljömässiga frågor (Hedberg & von Malmborg 2003). Rapporterna var dock långt ifrån dagens hållbarhetsrapporter och har blivit kritiserade för att ge en förskönad bild av företaget där endast de positiva delarna av företaget avslöjas och de negativa delarna lämnas ute. Detta har sänkt trovärdigheten på rapporterna (Deegan & Ranking 1996). På grund av detta har ett flertal olika organisationer tagit fram ramverk för hur företagen ska rapportera, och vad som ska ingå i dem för att öka trovärdigheten (Hedberg & von Malmborg 2003). Detta gav upphov till att det blev allt vanligare att avslöja icke-finansiell information för att uppnå legitimitet, då samhället nu ställer högre krav på företagen att redovisa deras arbete inom miljömässiga frågor (Hedberg & von Malmborg 2003).

Särskilt några enstaka branscher har blivit extra berörda av detta på grund av deras kraftiga påverkan på miljön. Till dessa branscher hör energi, transport och turism (de Grosbois 2016). En av branscherna som framförallt blivit berörd är flygindustrin då de har en stor negativ

påverkan på miljön och människors hälsa till följd av användning av fossila bränslen och farliga utsläpp. Då flygindustrin även växer i fråga om antalet frakt- och passagerartransporter, växer även problemen med det då det leder till mer användning av fossila bränslen, och fler farliga utsläpp. Föreningen Svenskt Flyg (2019) menar att flygbranschen växer med cirka 4-5% per år, och en undersökning genomförd av The International Air Transport Association (2017) visar att antalet flygpassagerare kommer ha fördubblats år 2036. På grund av flygindustrins internationella karaktär är de negativa konsekvenserna inte heller begränsade till företagens hemländer, utan sträcker sig även till andra länder, vilket ger en global påverkan på klimatet. Vidare har flygindustrin ögonen på sig när det gäller mänskliga frågor kring säkerhet då den nyttjas av passagerare internationellt samt sysselsätter väldigt många människor (Kemp & Vinke 2012).

1.2 Problemformulering

Hållbarhetsrapportering har länge varit ett frivilligt fenomen inom Europeiska Unionen (2014/95/EU). Men sedan 2017 är det obligatoriskt för företag med i genomsnitt 500 eller fler anställda att redovisa icke-finansiell information kring hur de bemöter sociala och miljörelaterade frågor samt utmaningar (2014/95/EU). Företagen som berörs måste därmed vara öppna med saker som hur de arbetar för en hållbar utveckling eller mångfald i deras styrelser. Kravet ska medföra en högre pålitlighet för redovisningen för såväl investerare som konsumenter, som en konsekvens av den transparens direktivet medför (EY, 2017). Investerarna ska genom hållbarhetsrapporten och dess icke-finansiella information tydligare kunna se de möjligheter och risker som medföljer deras framtida investeringar (ibid.). På grund av att efterfrågan ökat på miljöinformation valde därför EU att lagstifta vad som förväntas av hållbarhetsrapporten (2014/95/EU). Enligt GRI (2019) är EU-direktivet dock flexibelt och företagen har själva möjlighet att bedöma vad som är av väsentlig betydelse och som bör stå med i rapporten utifrån en rad olika ramverk som finns tillgängliga (ibid.). Detta har medfört att rapporterna håller en varierande kvalitet och de har i tidigare studier bland annat anklagats för att hålla en låg nivå av relevans och trovärdighet (Michelon et al. 2015; Habek & Wolniak 2016). Ett av bidragen till detta menar Bebbington & Larrinaga (2014) är att det inte finns några specifika riktlinjer att följa vid upprättandet av rapporterna.

Det finns ett flertal ramverk de påverkade företagen kan använda sig av när de hållbarhetsrapporterar. Ett av de mest använda av dessa ramverk är Global Reporting

Initiative som vägleder företag, regeringar och andra organisationer till att förstå och kommunicera ut den inverkan de har på relevanta miljöfrågor (GRI 2019). De tillgängliga ramverken är dock inte helt tydliga och tidigare forskning menar att det råder en ovisshet kring exakt vad som ska ingå i hållbarhetsrapporten. På grund av detta så har företagen själva möjlighet att välja vad som ska ingå (Husillos et al. 2011; Michelon et al. 2015). Detta medför att en del företag väljer att kopiera de strategier "bättre" företag använder sig av. De väljer då att redovisa de faktorer som verkar mest relevanta enligt andra företag (Adams et al. 2007).

På grund av att det finns väldigt få krav på vad som ska ingå i rapporterna kan det argumenteras för att dess innehåll inte är väsentligt (Michelon et al. 2015). Som botemedel mot detta har många organisationer tagit fram vägledande information till företagen som ska ta fram en hållbarhetsrapport. Dessa vägledande ramverk utgår dock från att all information i hållbarhetsrapporten är väsentlig, och vad de har gemensamt är att de menar att all information som publiceras i den är betydelsefull för intressenterna. Då det inte finns några specifika regler kring hur hållbarhetsredovisningen ska ske så har varje rapport också växlande kvalitet. Det krävs därför mycket extern hjälp för många företag vid upprättandet av en hållbarhetsrapport (ibid.). Tidigare studier har riktat kritik mot hållbarhetsredovisningen för en avsaknad av relevans och trovärdighet, och en bidragande faktor till detta är just bristen på specifika riktlinjer vid upprättandet av rapporterna (Habek & Wolniak 2016; Michelon et al. 2015; Lock & Seele 2015; Habek 2017; Leitonienė & Sapkuskiene 2015).

Trots att miljön är ett högst aktuellt ämne som är en stor del av idén om hållbar utveckling, råder det också en stor oenighet kring hur man ska gå tillväga för att bedöma kvalitén på rapporterna (Bebbington & Larrinaga 2014). Denna bedömning kan genomföras med hjälp av olika tillvägagångssätt och en del forskare väljer att utgå ifrån kvalitetsrapporteringsprinciper som tagits fram av bland annat GRI (ibid.). Samtidigt väljer en del forskare att bedöma kvalitén i hållbarhetsrapporterna genom att ta fram egna ramar eller genom innehållsanalys (Habek & Wolniak 2016). Ser man till tidigare studier som publicerats kring kvalitetsbedömning av information kan man generellt sett dela upp dem i två olika grupper. De som genomförts med kvantitativ metod där man utgått ifrån hur mycket information det finns inom det undersökta området, eller de som genomförts med kvalitativ metod för att bedöma kvalitén av informationen (Habek 2017). De studier som utgått från en kvantitativ metod brister i att de inte ser till kvalitén på den redovisade informationen, då den kan bestå av oväsentlig samt otillräcklig information. Detta kan då leda till en missvisande kvalitetsnivå

(ibid.). Samtidigt lägger organisationerna i de flesta fall störst fokus på mängden information, framför dess kvalitet (Leitoniene & Sapkauskiene 2015). Leitoniene & Sapkauskiene (2015) påpekar även att det är väldigt komplicerat och subjektivt att bedöma kvalitet som objekt.

Enligt International Financial Reporting Standards (IFRS) måste finansiella rapporter innehålla följande grundläggande kvalitativa egenskaper för att de ska vara användbara för intressenterna; relevans och trovärdig representation. Sedan finns det förstärkande kvalitativa egenskaper; begriplighet, verifierbarhet, jämförbarhet samt aktualitet (Leitoniene & Sapkauskiene 2015). Den modell GRI tagit fram har flera likheter med IASBs föreställningsram men skiljer sig i att den inte utgår ifrån IFRS kvalitativa egenskaper utan utgår istället från kvalitets- samt innehållsmässiga principer (Frostenson 2015, s. 115). Forskarna Habek & Wolniak (2016) genomförde en studie där de utvärderade kvalitén på hållbarhetsrapporter i Europa med utgångspunkt i egenskaperna relevans och trovärdighet. De tog då fram ett kodningsschema med 11 relevanskriterier och 16 trovärdighetskriterier för att bedöma kvalitén i rapporterna. Studien visade bland annat att trovärdigheten i rapporterna var avsevärt lägre än relevansen (ibid.). I en annan studie genomförd av Lock & Seele (2015) utvärderades hållbarhetsrapporters trovärdighet utifrån följande fyra egenskaper; sanning, begriplighet, lämplighet samt uppriktighet. Även de kom fram till att rapporterna håller en låg nivå av trovärdighet.

Tidigare studier har även kommit fram till att de branscher som har mest påverkan på miljön även är de som visar på högst kvalitet inom hållbarhetsredovisningen (Leitoniene & Sapkauskienes 2015). En bransch som har hög press på sig att redovisa på vilket sätt de arbetar för en bättre miljö är flygbranschen, som enligt Luftfartsverket (2019) står för ungefär 3% av alla koldioxidutsläpp i världen, och ungefär 5% av de utsläpp som påverkar klimatet med kväveoxid inräknat. Som presenterats tidigare växer flygindustrin även med 4-5% per år (Föreningen Svenskt Flyg 2019). Det har tidigare gjorts en del studier som fokuserar på flygbranschens hållbarhetsredovisning. Dessa har dock främst undersökt hållbarhetsredovisning från flygbolag utanför Europa. Vidare har de i första hand utgått ifrån kvantitativa metoder samt fokuserat på i hur stor uträkning bolagen hållbarhetsrapporterar, och orsaken till att de gör det (Mak et al. 2007; Mak & Chan 2006). Denna studie ämnar istället att undersöka kvalitén på hållbarhetsredovisningen utifrån relevans och trovärdighet då tidigare undersökningar visat att hållbarhetsredovisningen i allmänhet brister inom dessa områden. De tidigare studier som fokuserat på relevans och trovärdighet har istället jämfört

flera olika branscher eller underliggande motiv till att bolagen hållbarhetsredovisar. Inte ofta ser man undersökningar med fokus på kvalitén av hållbarhetsredovisningen inom en och samma bransch. Denna studie har därmed för avsikt att minska denna klyfta i litteraturen. Vi kommer därför fokusera på bolag inom den Europeiska flygbranschen för att se om hållbarhetsredovisningen har förändrats mellan 2015-2018. Det innebär två år före EU-direktivet samt två år efter.

1.3 Syfte

Syftet med studien är att undersöka samt tillföra förståelse för kvalitén inom hållbarhetsredovisning. Vidare syftar studien till att jämföra hållbarhetsrapporter över tid och undersöka om det skett någon förändring gällande hållbarhetsredovisningens kvalitén.

För att besvara syftet har följande frågeställningar tagits fram:

- Har kvalitén påverkats i Europeiska flygbolags hållbarhetsrapporter mellan år 2015-2018, och i så fall hur?
- Vilka likheter och skillnader visar Europeiska flygbolagens hållbarhetsrapporter kvalitetsmässigt?

1.4 Avgränsningar

I studien har vi valt att avgränsa oss till hållbarhetsrapporter från bolag inom flygbranschen i EU-länder. Studien tar inte hänsyn till information som publicerats av bolagen utöver det som står i hållbarhetsrapporterna. Vidare har vi avgränsat studien till länder inom EU på grund av att det är de som påverkas av EU-direktivet 2014/95/EU. Vi kommer att undersöka hållbarhetsrapporter publicerade 2015-2018, då lagkravet trädde i kraft 1 januari 2017. Vi undersöker därmed två år före kravet samt två år efter. I de fall företagets räkenskapsår är brutet utgår vi ifrån det år majoriteten av rapporten redogör för. Kvalitén kommer att bestämmas utifrån relevansen och trovärdigheten av hållbarhetsrapporterna.

2. Metod

I detta kapitel redogörs vilken forskningsdesign samt forskningsstrategi som använts vid genomförandet av undersökningen. Detta kapitel presenterar även innehållsanalysen samt det kodningsschema som legat till grund för studien samt exempel på hur den använts.

Avslutningsvis presenteras metodkritik.

2.1 Forskningsdesign

I denna undersökning studeras hållbarhetsredovisningar från olika företag inom flygbranschen, eftersom studien syftar till att undersöka kvalitén på rapporterna. En komparativ samt longitudinell forskningsdesign används. En komparativ forskningsdesign innebär att man använder identiska metoder för att jämföra två separata fall (Bryman & Bell 2011, s.82). I vårt fall är en komparativ forskningsdesign användbar då hållbarhetsredovisningarna ska jämföras över tid och mellan företagen. Genom denna forskningsdesign blir det enklare att se om rapporterna har några likheter och skillnader kvalitetsmässigt utifrån studiens empiri och därmed besvara den andra frågeställningen. Ragin (2014, s.6) menar att likheter hittas genom att jämföra olika fall, vilket även leder till ökad insikt i ämnet. För att nå denna insikt undersöks hållbarhetsrapporter mellan åren 2015-2018 för att därmed se hur rapporternas kvalitet påverkats genom åren. Genom studien kommer vi även redogöra för vad som skiljer en rapport med hög kvalitet från en med låg kvalitet, utifrån vår metod. En longitudinell design syftar till att beskriva förändringar och ge insikt i hur olika variabler förhåller sig till varandra över tid (ibid.). Designen är användbar i vår studie då den syftar till att undersöka företags hållbarhetsredovisningar över en fyraårsperiod. Enligt Bryman & Bell (2011, s. 82) kan longitudinell design vara problematiskt då det krävs mycket insamlad data, vilket kan vara väldigt tidskrävande. Problemet med detta är att de undersökta fallen kan ha förändrats genom undersökningsperioden. I vår undersökning ses detta inte som en nackdel då vi undersöker hur hållbarhetsredovisningen förändrats över tid.

2.2 Forskningsstrategi

Undersökningen utgår ifrån en kvalitativ forskningsstrategi med kvantitativa inslag. Habek & Wolniak (2016) använder sig av denna strategi då den är lämplig vid insamling av stora mängder data från företagens hållbarhetsrapporter. Vidare utvärderar Habek & Wolniaks

studie vilken kvalité dessa upprätthåller utifrån ett kodningsschema som även denna studie utgår ifrån (ibid.).

Då datan i vår studie ska analyseras för att kunna undersöka om det skett någon förändring gällande hållbarhetsredovisningens kvalité används en kvalitativ innehållsanalys, vilket är en flexibel metod för att analysera data (Bryman & Bell 2011, s. 316). Eftersom de olika företagens hållbarhetsrapporter kan se olika ut var det mest relevant att använda sig utav en flexibel metod.

Bryman & Bell (2011, s. 317) menar att den företagsekonomiska forskningen allt mer frekvent använder sig utav kvantitativ innehållsanalys. Samtidigt som detta är det även vanligt att använda sig utav kvalitativ innehållsanalys vid kvalitativ forskning. Denna studie utgår ifrån en kvalitativ innehållsanalys. För att utvärdera kvalitén på hållbarhetsredovisningar har tidigare forskning visat att innehållsanalys varit användbar (Michelon et al. 2015).

2.3 Innehållsanalys

Innehållsanalys är en metod som används för att dra slutsatser av information i dokument och annan kommunikation (Bryman & Bell 2011, s. 299). Man vill på ett replikerbart och regelmässigt sätt mäta innehållet i informationen utifrån förutbestämda kategorier. Genom metoden blir det möjligt att kunna redogöra för hur man genomfört studien och hur man designat det kodningsschema som tillämpas (ibid.). Då innehållsanalysen även anses medföra tydlighet och transparens kan den enkelt användas tillsammans med en longitudinell analys (Bryman & Bell 2011, s. 316). Flera forskare har tidigare tillämpat innehållsanalysen för att studera kvalitén i hållbarhetsrapporter (Michelon et. al. 2015; Lock & Seele 2015; Habek & Wolniak 2016; Habek 2017).

2.4 Insamling av data

Enligt tidigare studier har företagen börjat förstå vikten av att redovisa icke-finansiell information, vilket lett till att hållbarhetsredovisningen visar en avsevärd förbättring (Mak et. al. 2007). I vår studie undersöker vi därför data som utgörs hållbarhetsrapporter från de valda företagen. Rapporterna har hämtats från GRIs databas över hållbarhetsrapportering (GRI

2019). I de fall hållbarhetsrapporterna saknades i databasen hämtades de på var företags hemsida. Studien inkluderar separata hållbarhetsrapporter, årsredovisningar med CSR-sektioner samt integrerade rapporter. Vi har valt att undersöka en fyraårsperiod för att kunna analysera förändringar i hållbarhetsrapporternas kvalitet över tid. De fyra senaste åren innebär att vi i studien undersöker hållbarhetsrapporter mellan åren 2015-2018. Detta medför att vi undersöker två år innan det var ett krav att hållbarhetsrapportera och de två första åren då lagkravet trätt i kraft, vilket även kommer visa om det skett någon förändring genom lagkravet. De valda åren är de fyra närmast liggande åren där en hållbarhetsrapport publicerats och är därför mest relevanta för studien, då det är ett aktuellt ämne.

Vid datainsamlingen säkerställer vi först att företagen upprättat en hållbarhetsrapport för åren 2015, 2016, 2017 och 2018. Därefter analyseras hållbarhetsrapporterna med hjälp av ett kodningsschema.

2.5 Urval

Studien undersöker de största börsnoterade företagen inom flygbranschen som omfattas av EU-direktivet. Orsaken till att vi valt att undersöka företag som omfattas av direktivet är för att de måste anpassa sig efter de lagar som tas fram av Europeiska kommissionen samt för att öka möjligheten att besvara studiens frågeställningar.

Habek och Wolniak (2016) anser att företagets storlek sett till omsättning är en viktig aspekt att ta hänsyn till vid bedömningen av hållbarhetsrapporteringen. De menar också att majoriteten av de företag som hållbarhetsrapporterar är större företag. Vi har därmed valt ut de åtta största flygbolagen inom EU sett till omsättning, som hållbarhetsredovisat mellan år 2015-2018, och ses som mest relevanta på grund av dess påverkan på miljön. Företagen redovisas i tabellen nedan.

Tabell 2.1 Urval företag

Flygbolag	Omsättning (MSEK)	Passagerare under 2018 (Miljoner)
Lufthansa Group	375 000	142
International Airlines Group	240 000	113
TUI Group	199 000	27
Air France-KLM	160 000	101
Thomas Cook Group	89 000	20
Ryanair	75 000	130
Easyjet	73 000	88
SAS Group	42 000	30

2.6 Kodningsschema

Habek & Wolniaks (2016) och Habek (2017) har kommit fram till en metod för att bedöma kvalitén i hållbarhetsrapporter utifrån relevans och trovärdighet, då de märkt att tidigare studier har visat en avsaknad inom just dessa kriterier. Då denna studie ämnar att undersöka hållbarhetsrapporter inom flygbranschen utifrån relevans och trovärdighet anses deras metod vara väsentlig samt användbar i vår undersökning. Vi kommer därför att utgå ifrån samma metod.

Utvärderingsverktyget som används i studien syftar till att utvärdera vilken kvalitet informationen i hållbarhetsrapporterna innehåller, och därmed inte vilken hållbarhetsprestanda de undersökta företagen upprätthåller. Kvalitén bestäms utifrån relevansen och trovärdigheten i informationen som företagen väljer att avslöja. Hållbarhetsrapporterna utvärderas utifrån 17 kriterier där 11 av dessa kriterier tillhör relevanskriterier och 6 av dessa kriterier tillhör trovärdighetskriterier. Då vår undersökning skrivs på svenska har Habek & Wolniaks (2016) kodningsschema direktöversatts till svenska.

Tabell 2.2 Kodningsschema

Bedömningskriterier	Förklaring
	Relevans

R1	Hållbarhetsstrategi	Rapporten presenterar strategier kopplade till hållbarhetsutveckling
R2	Huvudsakliga intressenter	Rapporten innehåller identifiering av företagets intressenter, deras förväntningar och ett sätt att engagera sig med individuella intressentgrupper
R3	Målsättning	Rapporten presenterar företagets målsättning för framtiden, tidigare rapporteringsperioder samt nivån på vad de åstadkommit
R4	Trender över tiden	Rapporten innehåller indikatorer som visas över flera rapporteringsperioder och som indikerar riktningen på förändringen samt dess jämförbarhet
R5	Prestationer: Marknad	Rapporten innehåller information kring företagets prestationer inom marknaden
R6	Prestationer: Arbetsplats	Rapporten innehåller information kring företagets prestationer inom arbetsplatsen
R7	Prestationer: Miljö	Rapporten innehåller information kring företagets prestationer inom miljö
R8	Prestationer: Samhälle	Rapporten innehåller information kring företagets prestationer inom samhälle
R9	Förbättringsåtgärder	Rapporten beskriver förbättringsåtgärder som vidtagits av företaget för att möta hållbarhetsmålen, exempelvis program för att öka resurseffektiviteten
R10	Integration med affärsprocesser	Rapporten innehåller information som bekräftar att hållbarhetsaspekter inkluderas vid beslutsfattande och vid implementering av grundläggande processer, såsom marknadsföring samt försäljning etc
R11	Verkställande sammanfattning	Rapporten ger en koncis och jämn överblick över viktig information och indikatorer från den presenterade rapporteringsperioden
Trovärdighet		
C1	Läslighet	Rapporten har en logisk struktur, använder diagram, data, förklaringar och ritningar tillsammans med andra verktyg för att underlätta vägledningen genom rapporten
C2	Huvudsakliga rapporteringsegenheter	Rapporteringsperioden och dess omfattning specificeras i rapporten tillsammans med målgrupp samt begränsningar
C3	Datakvalité	Rapporten beskriver processer och tillvägagångssätt för insamling samt bearbetning av data och bestämmer källan till datan.
C4	Resultat av intressentdialog	Rapporten innehåller en beskrivning av intressentdialoger samt resultatet av den i relation till hållbarhetsaspekter (konsultation, program, enkäter, etc)
C5	Återkoppling	Rapporten innehåller kontaktvägar för återkoppling på rapporten (e-mail, frågeformulär, etc)
C6	Oberoende revidering	Rapporten innehåller ett uttalande att det genomförts en oberoende revidering av rapporten vilken verifierar äktheten av informationen

		som presenteras i den
--	--	-----------------------

För att bedöma hur mycket hållbarhetsrapporterna förhåller sig till dessa kriterier används en poängskala från 0-4. Noll poäng betyder att rapporten inte innehåller uppgifter om något av de givna kriterierna. En poäng ges när det finns några få kriterier som uppfylls, två poäng ges när de viktigaste aspekterna är uppfyllda, tre poäng ges när rapporten ger detaljerad information och är bättre än genomsnittet, fyra poäng ges när rapporten är av bästa praxis och har ett kreativt tillvägagångssätt (Habek & Wolniak 2016).

När bedömningen gjorts, beräknas kvalitén genom summan av indikatorerna på relevansen och trovärdigheten. När alla de 11 relevanskriterierna är uppfyllda bedöms det som högsta möjliga poäng, 11 kriterier x 4 poäng = 44 poäng. När alla de 6 trovärdighetskriterierna är uppfyllda bedöms det som högsta möjliga poäng, 6 x 4 = 24 poäng.

Tabell 2.3 Utvärderingsverktyg

Poäng	Kvalitetsbedömningskriterier
0	Rapporten innehåller inga uppgifter om något av de givna kriterierna
1	Rapporten innehåller några få uppgifter om de givna kriterierna
2	Rapporten innehåller de viktigaste aspekterna om de givna kriterierna
3	Rapporten innehåller detaljerad information och är bättre än genomsnittet
4	Rapporten är av bästa praxis och har ett kreativt tillvägagångssätt

2.6.1 Exempel poäng

0 poäng:

0 poäng har delats ut till indikatorer som visat att det inte finns någon information om de givna kriterierna. Se nedan exempel på en indikator som fått 0 poäng med förklaring:

R6 Prestationer: Arbetsplatsen

Rapporten visar ingen information kring företagets prestationer inom arbetsplatsen.

1 poäng:

1 poäng har delats ut till indikatorer som visat att det finns måttlig/kortfattad information om de givna kriterierna. Företaget redovisar otillräckligt med information för att uppnå 2 poäng, då de viktigaste aspekterna av indikatorerna inte tas upp och man endast redovisar någon information om de givna kriterierna. Se nedan exempel på en indikator som fått 1 poäng med förklaring:

R6 Prestationer: Arbetsplatsen

In January 2014 Ryanair moved into a new 100,000 sq. ft. office building in Airside Business Park in Swords, Co Dublin, Ireland which houses its Irish operations including Ryanair Labs, a state-of-the-art digital and IT innovation hub to develop a world class online travel platform (Ryanair 2015).

Rapporten redovisar endast ett kort stycke med måttlig information kring deras prestationer inom arbetsplatsen.

2 poäng:

2 poäng har delats ut till indikatorer som visat att information om de viktigaste aspekterna av de givna kriterierna finns med i rapporten. Om de viktigaste aspekterna av indikatorn finns med i rapporten ges därav 2 poäng. Se nedan exempel på indikator som fått 2 poäng med förklaring:

R6 Prestationer: Arbetsplatsen

Employment

During the year ending 30 September 2016 easyJet has recruited: 368 pilots, 1,496 cabin crew and 279 employees to its management and administration team and engineering and maintenance teams.

Local employment

easyJet employs people on local contracts in eight countries across Europe, complying with national laws. This has a higher cost than the approach taken by some other airlines that employ all of their people on one contract, irrespective of where they may work. easyJet does this so that its roles are attractive locally and to reflect each country's employment practices.

Trade unions and employee representation

easyJet works with 19 unions and nine representative bodies across eight countries. In the year ending 30 September 2016 easyJet released employee representatives for a total of 4,920 days (Easyjet 2016).

Rapporten redovisar ett fåtal prestationer inom arbetsplatsen. Företaget redovisar en kort information om de prestationer inom olika områden som genomförts.

3 poäng:

3 poäng har delats ut till indikatorer som visat detaljerad information, vilket är bättre än genomsnittet om de givna kriterierna. Se nedan exempel på indikator som fått 3 poäng med förklaring:

R6 Prestationer: Arbetsplatsen

Human capital development Context and strategy The effective management of skills within an organization makes a positive contribution to engagement, which in turn helps to achieve the company's objectives. For each specific category, training programs are developed at Air France and KLM to give employees the opportunity to learn and develop. Whenever possible, relevant training programs are organized transversally across domains or entities in order to share experience and learn from each other. In 2018, preparations were made to develop a new Learning Management system to be used by the different entities in the Group which, in future, will make it possible to manage new skills development across the Group in a standardized way (Air France, 2019).

Health and safety in the workplace Context and strategy Safeguarding employee health and safety in the workplace is a major priority for Air France-KLM and an area in which there can be no compromise. Evaluating and analyzing the risks then deploying the appropriate prevention measures enables the Group's airlines continuously to improve via pro-active measures in this area (Air France 2019)

Rapporten visar tydligt företagets prestationer på arbetsplatsen. Detta sticker ut från genomsnittet då de förklarat tydligt samt redovisat någon tabell med siffror på deras prestationer.

4 poäng:

4 poäng har delats ut till indikatorer som anses vara av bästa praxis och har ett kreativt tillvägagångssätt. Informationen är väldigt tydlig och företaget använder sig utav olika metoder för att ge läsaren förståelse för indikatorn. Se nedan exempel på en indikator som fått 4 poäng med förklaring:

R6 Prestationer: Arbetsplatsen

The sixth annual Group-wide survey was completed by 18,907 colleagues, representing a response rate of 76 per cent. Our Core Index remained high at 74 per cent.

We redefined our Commitment Index this year to focus on the five areas that have the greatest impact on colleagues' commitment to the organisation: These are knowledge and awareness; customer orientation; teamwork; learning and development; and an open culture. We're pleased that we achieved a one percentage point increase in our commitment index to 70 per cent, taking it into the 'excellent' category as defined by the independent survey provider. Employee engagement also remained stable at 77 per cent. Our China business took part in the survey for the first time, achieving a strong commitment index of 82 per cent, while our new office in Palma also participated with a result of 69 per cent. 76% Response rate on our sixth annual Group-wide survey. These results are evidence of a sustained cultural change in openness, belief in our values, pride in working for the organisation and customer orientation. It also shows that our people believe we have maintained focus on people development and employee satisfaction during our transformation journey.”

“We have taken some good steps forward in respect of diversity during the year, including rolling out unconscious bias training, which raises awareness of implicit bias and seeks to eliminate discriminatory behaviours. The Executive Committee has received this training and we will continue roll-out to the top 100 leaders in business in 2019, including an online module to further support this important behavioural change. We launched a Sponsoring Women to Success programme across the Group this year. 34 women are sponsored by senior leaders to build confidence, open doors, develop and encourage their careers. At least 50 per cent of those who have taken part in the programme have been promoted or offered secondment opportunities during the time they've been sponsored. Our Group Airline has introduced an Airline Senior Female Leadership Forum (ASFLF) which has 30 female members. Meanwhile, our Northern European business has a 'Women in Thomas Cook Northern Europe' network, providing networking and mentoring support for women regardless of role and seniority. In the UK, we released our first Gender Pay Report in March

which covers our UK employees and we will report again on progress made in 2019”
(Thomas Cook 2018).

Rapporten visar på ett unikt sätt tillsammans med bilder samt tabeller företagets prestationer i frågor kring mångfald, företagskultur, kundnöjdhet samt välgörenhet.

2.7 Metodkritik

Den stora nackdelen med kvalitativa undersökningar är subjektiviteten. I kvalitativa undersökningar ökar möjligheten för forskaren att engagera sig i studien, förstå och tolka det undersökta ämnet (Merriam 2010, s. 228). Subjektivitet grundar sig i tolkningen av resultat som fastställs i allmänhet till vad forskarna själva ser som viktig information. Dessa begränsningar hanterades genom att noggrant bestämma forskningsproblemet och forskningsfrågor, som kan tydliggöra undersökningens huvudsak.

Innehållsanalysens svagheter ligger i att det finns utrymme för personlig tolkning och värderingar som förekommer vid kategoriseringen av bedömningskriterierna (Nilsson 2010). I studien har vi själva utvärderat hållbarhetsrapporterna utifrån bedömningsformatet, vilket troligen leder till att undersökningen inte skulle komma fram till samma resultat om den genomfördes av andra forskare (ibid.). Detta på grund av hur forskaren tolkar de olika kriterierna och poängskalan. Bryman & Bell (2011, s. 319) hävdar att en kodningsmanual inte kan utformas på ett sätt som inte lämnar utrymme för subjektiva tolkningar från forskarna. För att hindra detta har vi i denna studie använt samma bedömningskriterier som använts av tidigare forskning, samt att varje hållbarhetsrapport undersökts av två personer. Detta anses minska den personliga tolkningen (Habek 2017). Efter varje studerad hållbarhetsrapport har en diskussion hållits om poängsättningen vilket ytterligare leder till minskad subjektivitet i bedömningen (Lindelöw & Danielsson 2003, s.35). Vi har även haft subjektiviteten i åtanke och därmed förklarat varje poäng vi har givit från poängskalan till respektive indikator, för att minska den. Det har varit viktigt att vara objektiva därför har vi försökt vara kritiska vid poängsättningen. Kapitel 2.6 finns till för att göra det mer förståeligt för läsaren hur empirin har värderats samt hur vi har behandlat utdelningen av poäng.

En annan nackdel med den valda metoden är gränsdragningen mellan poängen. Dessa fem nivåer var vid några tillfällen svåra att använda vid poängsättningen. Ett företag kan

exempelvis vid ett kriterium belysa sina värderingar men inte nämna vilka prestationer de faktiskt genomfört, medan ett annat företag kan ha redovisat sina prestationer men inte sina värderingar om aspekten. Här kan båda få liknande poäng och man antar att deras redovisningar är lika även om de är olika. Flera nivåer på poängskalan kunde möjligtvis ha format en mer korrekt uppfattning. Detta skulle kunna öka subjektiviteten i undersökningen men samtidigt minska den eftersom det blir tydligare att poängsätta vilket leder till att man inte behöver anta eller använda sig av personliga tolkningar i samma utsträckning.

3. Teoretisk referensram

I detta kapitel redogörs vilka teorier, direktiv, ramverk och tidigare studier som används i studien. Först redogörs ramverket Global Reporting Initiative samt EU-direktivet 2014/95/EU. Därefter presenteras hållbarhetsredovisningens innehåll, som följs upp av teorierna; legitimitetsteorin och intressentteorin. Avslutningsvis presenteras kvalitetsdimensionerna relevans samt trovärdighet.

3.1 Global Reporting Initiative

GRI hjälper företag och regeringar över hela världen att förstå och kommunicera deras effekter på kritiska hållbarhetsfrågor som klimatförändringar, mänskliga rättigheter, styrelseformer och socialt välbefinnande. GRI Sustainability Reporting Standards är utvecklat med äkta bidrag från flera intressenter och i allmänhetens intresse (GRI 2019).

2016 lanserade GRI en ny standard av riktlinjerna. Första juli 2018 ska företagen gått över från den tidigare standarden G4, till den nya standarden. G4:s riktlinjer presenteras i två olika delar, där ena delen handlar om rapporteringsprinciper och standardupplysningar, och den andra delen innefattar vägledning för hur företagen ska implementera standarden. Den största skillnaden mellan G4 och den nya standarden är att de två delarna i G4 har kombinerats till en del i den nya standarden (GRI 2019).

GRI:s nya standard för hållbarhetsredovisningens struktur och innehåll utgår från tre områden: ekonomisk, miljömässig och social påverkan. Dessa används i syfte att visa, jämföra och bedöma resultat inom och mellan organisationer. Den sociala delen delas upp i fyra kategorier om anställningsförhållanden, mänskliga rättigheter, organisationens roll i samhället och produktansvar. Den miljömässiga delen innefattar material, biologisk mångfald, utsläpp, produkter, tjänster, efterlevnad, transport och vatten. GRI:s standard tar även hänsyn till sektorspecifika riktlinjer, vilket innefattar att användningen av GRI ger vägledning i hur hållbarhetsredovisningen kan formas och vad företagen bör ha med. Detta är anpassat utifrån vilken bransch företaget verkar inom (GRI 2019).

Implementeringen av GRI tar inte beaktning för hur företagen drivs eller vilka produkter de producerar. GRI:s främsta ändamål är hjälpa företag med redovisning av hållbarhetsaspekterna (GRI 2019).

GRI beskriver sex kvalitativa egenskaper som hållbarhetsrapporten ska innehålla för att vägleda organisationer och på så sätt säkerställa kvalitén i hållbarhetsrapporten - balans, tydlighet, noggrannhet, aktualitet, jämförbarhet och tillförlitlighet (GRI 2016). Separat till dessa tar GRI även upp fyra egenskaper som ska vägleda organisationerna med vad som ska inkluderas i rapporterna - väsentlighet, inkludering av intressenter, hållbarhetskontext och fullständighet. Trots att GRI tar upp dessa två kategorier av egenskaper separat är det värt att notera att de båda är beroende av varandra (ibid.).

Generellt sett kan man säga att tillämpningen av dessa sex principer anses säkerställa kvalitén i hållbarhetsrapporter, det vill säga “fullständiga avslöjanden av information om de ämnen och indikatorer som krävs för att spegla effekter, tillåta intressenter att fatta beslut, och de tillvägagångssätt, och antaganden som tillämpas vid förberedelsen av dessa avslöjanden” (GRI 2016). Förbättringar av kvalitén i hållbarhetsrapporter tenderar att öka dess användbarhet för intressenterna och underlätta utvärderingen av företagens hållbarhetsprestanda. Från detta perspektiv anses hållbarhetsredovisning producera användbar information till att fatta beslut samt minska informationsasymmetri mellan företagsledningen och intressenterna (Cho et al. 2012).

3.2 EU-direktiv 2014/95/EU

Från och med den första juni 2017 blev det obligatoriskt för större företag av allmänt intresse inom EU att upprätta en hållbarhetsrapport där de redovisar icke-finansiell information (2014/95/EU).

Enligt direktivet ska hållbarhetsrapporten ge insikt i hur företaget hanterar frågor kring miljö, sociala förhållanden, personal, mänskliga rättigheter samt korruption (2014/95/EU). I tillägg till detta ska de redovisa följande:

1. Beskrivning av företagets affärsmodell.
2. Fullföljning av policier.
3. Resultat av fullföljning av policier.
4. Principiella risker och hur man motverkar dem.
5. Icke-finansiella resultatindikatorer (ibid.).

Direktivet leder till att de största organisationerna i Europa blir tvungna att avslöja icke-finansiell information, såsom policyer som rör miljö, mångfald och sociala förhållanden. Detta ska leda till högre transparens i hur företaget drivs, som i sin tur ger större tillförlitlighet till den redovisade informationen för investerare, konsumenter och andra intressenter. Investerare kan då bättre förutspå de risker deras framtida investeringar bär med sig (2014/95/EU). Tidigare forskning visar att transparens också leder till bättre prestanda, men att frivillig transparens har nått sin gräns. Då betydelsen av icke-finansiell information också ökat, beslutade EU att införa ett lagkrav avseende vad som förväntas beträffande transparens (EY 2019).

3.3 Hållbarhetsredovisningens innehåll

Direktivet från EU avseende redovisningen av icke-finansiell information kräver att företag ska redovisa hur de arbetar med hållbarhetsfrågor mer öppet och jämförbart. Tidigare har det funnits ett generellt upplysningskrav gällande icke-finansiell information i förvaltningsberättelsen för att kunna förstå ett företags utveckling, ställning eller resultat. EU:s direktiv om upplysningskrav är fortsättningsvis aktuellt men utökas med ett nytt krav - en hållbarhetsrapport med kompletterande information (PwC 2019).

Företagen ska redovisa väsentliga hållbarhetsrisker i verksamheten samt hur företagen hanterar dessa risker. Utifrån företagens affärsmodell ska de redogöra hur de tar hänsyn till hållbarhetsaspekter. Företagen ska också redovisa hur hållbarhetsarbetet genomförs och styrs i organisationen. Detta kan vara policyer, mål och resultatindikatorer för de mest väsentliga hållbarhetsfrågorna - om företaget ej följer någon policy behövs detta förklaras och motiveras (ibid.).

Forskare från tidigare studier menar att det finns risk att företag redovisar för många GRI-indikatorer som inte har någon relevans för verksamheten. Detta på grund av att företagen har problem med att välja ut de indikatorer som bedöms vara mest relevanta för det specifika företaget (Borglund, Frostenson & Windell 2010).

Att följa GRIs riktlinjer handlar inte endast om att företag ska följa regelverket. Detta ska även resultera i en förbättring av det praktiska hållbarhetsarbetet (Borglund, Frostenson & Windell 2010). På grund av hur företagen hållbarhetsredovisar ökar förväntningar hos

omgivningen. Företagen måste alltså leva upp till sina ambitioner och därför krävs det att företagen beslutar hur deras ansvarstagande ska se ut. Genom att redovisa hållbarhet ger detta förutsättningar för att det faktiska hållbarhetsarbetet förbättras eftersom företagen måste leva upp till den redovisade informationen (ibid.).

I en rapport som KPMG har publicerat 2016, redovisas en ökning av redovisningsindikatorer. Dessa har fördubblats mellan 2013-2016 (KPMG 2016). Rapporten visar att det finns 400 redovisningsindikatorer för hållbarhet. Detta medför svårigheter för de redovisande företagen då de har svårt att välja ut de indikatorer som är mest relevanta. Detta går att koppla ihop med Borglund, Frostenson & Windells (2010) studie, som också menar att företag har svårt att välja relevanta indikatorer att redovisa.

Enligt Frostenson et al (2015, s.9) är hållbarhetsredovisning ett verktyg för att uppskatta, redovisa och agera ansvarsfullt mot sina interna och externa intressenter hur företagen arbetat med förbättringar inom hållbarhet.

Tidigare studier visar att osäkerheten hos företagen i hur de ska hållbarhetsredovisa gör att de väljer att härma andra företag. Detta medför att företag väljer att härma företag som de anser vara "bättre" och använder deras rapporter som riktlinjer för den egna rapporteringen. Företagen kan genom detta få ideér om vilka aspekter som anses vara mest relevanta att redovisa (Adams och McNicholas 2007).

3.4 Legitimitetsteorin

Legitimitetsteorin används för att redogöra anledningen till att företag frivilligt väljer att avslöja icke-finansiell information. Teorin bygger på att företagen följer samhällets riktlinjer kring hur de bedriver sin verksamhet (Deegan 2002). Craig Deegan (2002) menar likt många andra att legitimitetsteorin är systemorienterad, vilket innebär ett antagande om att företag blir påverkade av, samt har inflytande över det samhälle de är verksamma inom. Enligt Gray et al. (1996) låter ett systemorienterat synsätt på organisationer och samhället oss fokusera på vikten av informationen, och avslöjanden i relationer mellan organisationer, staten, individer och grupper. Företagens riktlinjer kring avslöjanden av icke-finansiell information anses vara ett viktigt sätt för ledningen att kunna påverka yttre uppfattningar om deras organisation (Deegan 2002). Detta synsätt tar hänsyn till de maktkonflikter som finns i samhället och de

olika konflikterna som uppstår mellan olika grupper inom det. Grey et al. (1996) menar också att samhället, politik och ekonomi är oskiljbara och att man inte kan undersöka ekonomiska frågor utan att ta hänsyn till det samhälle de verkar inom (ibid.).

Legitimitet anses vara en resurs som organisationer är beroende av för att överleva (Dowling & Pfeffer 1975). Likväl är det en resurs som organisationer kan påverka och manipulera med hjälp av olika strategier för att försäkra sig om att förtroendet hos intressenterna inte minskar (ibid.). Legitimitet är därmed ett dynamiskt koncept och förändras över tid vilket gör att det måste upprätthållas genom olika strategier, såsom hållbarhetsrapportering. Idén om legitimitet kan kopplas till begreppet "socialt kontrakt", då legitimitetsteorin direkt förlitar sig på det (Matthews 1993). Mer specifikt innebär detta att organisationens överlevnad anses vara hotad om kontraktet bryts. Om organisationer inte följer samhällets krav på hur de bör bedriva sin verksamhet inom ramen för legitimitet, kommer samhället avbryta "kontraktet" mellan dem. Detta kan visa sig exempelvis genom att konsumenterna minskar eller helt eliminerar efterfrågan på företagets produkt (ibid.).

Legitimitetsteorin används i denna studie för att beskriva en delförklaring till varför företagen hållbarhetsrapporterar. I rapporterna ska företagen bevisa att de aktivt arbetar för en hållbar utveckling trots att verksamheten i stort har en negativ påverkan på miljön. Janet Luft Mobus (2005) argumenterar för att frivillig hållbarhetsrapportering är en strategi företag kan använda för att öka legitimiteten, men att obligatoriska avslöjanden av sina "misstag" försvårar det. Icke-finansiell information blir en alltmer viktig komponent för att öka legitimitet då de genom denna information kan visa att de uppfyller samhällets krav på hur de arbetar med miljöfrågor. Problemet med att hållbarhetsrapporteringen blir obligatoriskt enligt lag är att företagen inte längre kan hävda att de frivilligt väljer att publicera den typen av information för att försköna bilden av hur de bedriver sin verksamhet. Detta medför att företag kan behöva ändra sin strategi för att behålla eller öka sin legitimitet (ibid.). Detta kan innebära att företagen vill förbättra och höja kvalitén på sin hållbarhetsredovisning för att bibehålla legitimitet.

3.5 Intressentteorin

Intressentteorin används som ett verktyg för företag att identifiera olika aktörer som företaget påverkar eller påverkas av. Det finns en primär intressentgrupp och en sekundär

intressentgrupp. En primär intressentgrupp kan till exempel vara aktieägare, investerare, anställda, kunder och leverantörer. Företaget är beroende av sina intressenter och intressenterna är beroende av företaget (Clarkson 1995). Det är ett samspel mellan intressenterna och företaget där båda parter vill ha något i utbyte. Ett exempel är att företagen ger ut ekonomisk ersättning till sina anställda samtidigt som de anställda arbetar för företaget. Detta kallas definierat kontrakt där prestationerna i detta utbyte är förutbestämda. Det finns även sociala kontrakt mellan en individ eller grupp och ett företag. Ett exempel kan vara att ett företag lovar ett större socialt ansvar genom information och marknadsföring. Kunder som intresserar sig av detta bygger förtroende till företaget. Skulle företaget bryta mot löftet kommer detta sociala kontrakt brytas, eftersom det sociala ansvaret kan vara betydelsefullt för kunderna (Westermark 2013, s. 233).

Clarkson (1995) menar att en sekundär intressentgrupp har möjligheten till att påverka verksamheten men är inte inblandade i företaget. Denna intressentgrupp påverkar inte företagen i samma utsträckning eftersom företagen inte är beroende av gruppen. På grund av att intressenterna ställer höga krav på hållbarhetsarbetet har det gjort att företagen arbetar mer med hållbarhet. Flera av GRIs riktlinjer är framkallade med intressenter (Frisk 2013). Inom hållbarhetsområdet finns det väldigt mycket och därför är det viktigt att företagen inte redovisar allt, utan det som är mest väsentligt för sina intressenter. Företagen hållbarhetsredovisar inte endast för att följa regelverket, men även för att påvisa detta till sina intressenter (Frisk 2013).

Intressentteorin kan i denna studie användas som en förklaring till varför företagen arbetar med hållbarhetsfrågor. Företagen använder sig av hållbarhetsarbete för att få ett större inflytande hos intressenterna. Genom hållbarhetsarbete kan detta öka ett företags konkurrenskraft på marknaden (Arjaliès och Mundys 2013). Teorin är även tillämpbar då de företag som undersöks i studien är verksamma inom samma bransch. Därmed arbetar de mot samma intressenter.

Enligt tidigare studier används intressentteorin frekvent inom undersökningar kring hållbarhet (Hörisch et al 2014, s. 328). Hörisch et al (2014, s. 341) tar också upp i sin studie att R. Edward Freeman som grundade intressentteorin i en rapport belyser vikten av förståelsen mellan viktiga värden och samarbete. De menar att hållbarhet bör ses som ett viktigt värde och därmed ska innefattas inom intressentteorin. I en studie skriven av Mitchell et al. (1997)

tar författarna också upp att hållbarhet bör innefattas i intressentteorin, då de anser att hållbarhet bör betraktas som en intressent.

3.6 Kvalité utifrån relevans och trovärdighet

Enligt GRIs kvalitativa egenskaper om tillförlitlighet ska "information och processer som används i förberedelse av rapporten, sammanställas, spelas in, analyseras och redovisas på ett sätt som möjliggör granskning av, samt fastställer informationens väsentlighet och kvalité" (GRI 2016). Detta betyder att informationen som redovisas ska hålla hög trovärdighet (Westermarck 2013, s. 233). Trots detta skapas det ofta ett trovärdighetsgap som saboterar användningen av hållbarhetsrapporterna för investerare, finansanalytiker och andra intressenter (Gray 2001). Revision anses generellt vara ett sätt att minska gapet gentemot intressenterna. Således har ett flertal organisationer främjat användningen av revision för hållbarhet som ett instrument för att öka kvalitén och trovärdigheten i hållbarhetsrapporterna (ibid.). Användningen av denna process har ökat avsevärt globalt, framförallt av större företag, för att stärka trovärdigheten i rapporterna (KPMG 2017). Trots att en stor del av litteraturen argumenterar för att revisionsprocessen ökar trovärdigheten av informationen till intressenter, har den även starkt kritiserats (Laufer 2003).

Michelon et. al (2015) riktar kritik mot hållbarhetsrapporternas brist på trovärdighet och relevans samt en allmän oro mot det sätt företagen hållbarhetsrapporterar. I undersökningen använder de sig av en innehållsanalys med hjälp av ett kodningsschema för att granska kvalitén i hållbarhetsrapporterna. Vidare undersöker de om de ser någon skillnad i kvalitén vid användningen av fristående hållbarhetsrapporter, reviderade rapporter och vägledning vid upprättandet av dem. Studien kom fram till att ovan nämnda metoder i genomsnitt inte ökar kvalitén på informationen i hållbarhetsrapporterna. För de företag som redovisar prestationsrelaterad information fann forskarna begränsade bevis för att GRI-följare har mer balanserad, tydlig och jämförbar information. Sammantaget kom Michelon et. al (2015) fram till att fristående rapporter, revidering av rapporter samt vägledning vid upprättandet inte förbättrar kvalitén av informationen som redovisas i dem.

En annan studie genomförd av Lock & Seele (2015) menar att hållbarhetsredovisningen håller en väldigt låg nivå av trovärdighet i Europa, vilket lett till en negativ påverkan på organisationers legitimitet. För att motverka detta och höja trovärdigheten menar forskarna att de krävs strängare regler och att organisationer måste lägga större vikt vid att stärka sin image

gentemot intressenterna. De menar dock också att den bristfälliga nivån inte fått tillräcklig med uppmärksamhet och man har inte forskat tillräckligt i ämnet.

Ching et. al (2017) menar att företagens arbete inom hållbarhet är avgörande för långsiktig framgång, men att det trots detta inte finns någon tydlig koppling mellan företagens finansiella resultat och dess hållbarhetsprestanda. För att undersöka detta genomförde de en studie för att se om det finns någon koppling mellan företagens finansiella resultat och dess hållbarhetsprestanda, samt för att undersöka kvalitén på hållbarhetsrapporterna. Forskarna kom fram till att det inte finns någon tydlig koppling mellan den finansiella prestandan och rapporteringskvalitén, samt att kvalitén på informationen förbättrats under åren, men den håller fortfarande en låg nivå (ibid.).

Diouf och Boiral (2017) genomförde en studie där de undersökte intressenternas uppfattning av kvalitén i hållbarhetsrapporter som följer GRIs ramverk. Forskarna kom fram till att intressenterna lägger mest vikt vid hur osäkert företagen tillämpar GRI-principerna när de bedömer hållbarhetsrapporternas kvalitet. Intressenternas uppfattningar stödjer argument om att hållbarhetsrapporterna används som en strategi för att dölja de negativa aspekterna av företagens hållbarhetsprestanda, medan man lyfter fram de positiva (ibid.). Vidare visade studien att intressenterna är medvetna om de begränsningar som finns med hållbarhetsrapporterna, och riktar tydlig kritik mot väsentliga frågor som jämförbarhet, balans och tillförlitlighet. Forskarna menar därför att förespråkare av GRI bör förtydliga hur företagen ska tillämpa principerna för att förbättra kvalitén på informationen, då beskrivningen av principerna om kvalitet i dagsläget är alldeles för generell (ibid.).

Habek & Wolniak (2016) menar att CSR-rapporter inte alltid ger den fullständiga information som intressenter önskar vilket medför ökade svårigheter med utvärdering och jämförelse av organisationens resultat uppnådda inom detta område. I deras studie använder sig författarna relevans och trovärdighet vid bedömningen av kvalitet. Studien undersökte EU-länders hållbarhetsredovisningar som visar upp en generellt låg kvalitetsnivå där det finns utrymme för förbättring. Studien visar även att relevansen visar en högre nivå än trovärdigheten, och att den juridiska skyldigheten att offentliggöra hållbarhetsrapporter visar en högre kvalitetsnivå än de frivilliga hållbarhetsrapporterna (ibid.).

Länderna som omfattas av studien har genomgått enorma förändringar i politiska, miljömässiga och sociala aspekter under de senaste tjugo åren. Hållbarhetsredovisningen i dessa länder har varit ett relativt nytt fenomen men har snabbt spridit sig, särskilt som en del av deras integration med Europeiska Unionen. Habek (2017) studerade kvalitetsnivån i hållbarhetsredovisningar i Polen, Tjeckien, Ungern och Slovakien, och använder sig utav samma innehållsanalys som Habek & Wolniak (2016). Resultaten visar att rapporteringspraxis inte är utvecklat bland länderna och det föreslås en förbättring. Studiens resultat visar även att det finns ett positivt samband gällande utvecklingen och kvalitetsnivån på hållbarhetsrapporterna. Kvalitetsnivån är högre för de rapporter som reviderats av en extern, oberoende enhet.

3.6.1 Relevans

I Habek & Wolniaks (2016) studie granskar de relevansen med utgångspunkt i dessa kriterier: verkställande sammanfattning, integration med affärsprocesser, förbättringsåtgärder, trender över tiden, målsättning, huvudsakliga intressenter, hållbarhetsstrategier samt prestationer inom samhälle, miljö, arbetsplats och marknad. I studien kom de fram till att de kriterier som visar högst relevans är indikatorerna som rör prestationer samt hållbarhetsstrategier. Lägst relevans visar istället kriteriet verkställande sammanfattning. Habek & Wolniak (2016) påpekar även att om informationen uppnår en hög relevans så kan den verifiera tidigare beslut (ibid.).

I en studie genomförd Leitoniene & Sapkauskienes (2015) utvärderar de kvalitén på hållbarhetsrapporter i Litauen utifrån relevans och trovärdighet. Forskarna granskar här istället rapporternas relevans med utgångspunkt i följande kriterier: tillgänglighet av information, rapporteringsfrekvens, CSR-sektioner, återkoppling, uttalanden från VD, intressentdialog, tydlighet samt rapporteringsperiod. I studien påpekar de att den information som håller hög relevans har ett starkt inflytande på intressenterna och vilka beslut de tar. Samtidigt kan information hålla en hög nivå av relevans även om den inte har något inflytande som beslutsunderlag, utan kan verifiera och ge ökad insikt i tidigare fattade beslut.

3.6.2 Trovärdighet

I Habek & Wolniaks (2016) studie granskar de även trovärdigheten, och då med utgångspunkt i följande kriterier: oberoende revidering, återkoppling, resultat av intressentdialog, datakvalité, huvudsakliga rapporteringsegenskaper samt läslighet. Forskarna kom fram till att det kriterium som visade högst trovärdighet var läsligheten och det kriterium som visade lägst poäng var istället oberoende revidering samt återkoppling.

Leitoniene & Sapkauskienes (2015) undersökte även hållbarhetsrapporternas trovärdighet genom följande sju kriterier, presentation av CSR-policy, detaljer om mål, identifiering av intressenter, exponeringstrender, beskrivning av prestationer, hållbar utveckling och integrering av CSR till företag. De kom fram till att EU-länders hållbarhetsredovisningar visar låg trovärdighet. De menar även att hållbarhetsrapporter ska redogöras objektivt och inte föra läsare på fel spår genom inkorrekt information.

De ovannämnda studierna utvärderar kvalitén i hållbarhetsredovisningen utifrån kvalitetsdimensionerna relevans samt trovärdighet, som även denna studie gör. Det är även dessa dimensioner som i många tidigare studier har ifrågasatts. I olika studier används olika kriterier som utgångspunkt för att utvärdera relevansen och trovärdigheten. I vår undersökning granskar vi dimensionerna utifrån samma kriterier som Habek & Wolniak (2016) utgår ifrån.

4. Resultat

I detta kapitel redogörs studiens empiri som samlats in från åtta flygbolags hållbarhetsredovisningar mellan år 2015-2018, tillsammans med en presentation om varje företag.

4.1 Lufthansa Group

Lufthansa Group är det största flygbolaget i Europa och har verksamhet över hela världen. Med 135 000 anställda omsatte Lufthansa 375 000 MSEK under räkenskapsåret 2018. Lufthansa består av Network Airlines, Eurowings och Aviation Services. Flygbolaget sysselsätter 1700 flygplan och genomför ca 3096 flygningar per dag. Bolaget har som målsättning att arbeta med de 17 globala hållbarhetsmålen i deras “Agenda 2030”, och menar att en större del av målen är relevanta för koncernen (Lufthansa Group 2018).

Lufthansas publicerade separata hållbarhetsrapporter för år 2015-2018. År 2016-2018 följde Lufthansa GRIs riktlinjer vid upprättandet av rapporterna, men inte 2015 (ibid.). I tabell 4.1 presenteras den sammanställda kvalitetsbedömningen utifrån relevans och trovärdighet mellan år 2015-2018.

Tabell 4.1 Kvalitetsbedömning Lufthansa Group

	Relevans (maximalt 44)	Trovärdighet (maximalt 24)
2015	28	14
2016	32	16
2017	33	17
2018	35	17

År 2015 uppgår relevansen i Lufthansas hållbarhetsrapport till 28 av 44 möjliga poäng, vilket innebär 64% relevans. Rapporten visar en ökning av relevans år 2016 till 73%. År 2017 ökar den till 75%, och år 2018 till 80%. Den totala ökningen av relevans mellan år 2015-2018 är därmed 16%-enheter.

År 2015 var det ingen indikator avseende relevans som särskilt utmärkte sig, utan samtliga indikatorer hamnade inom intervallet 2-3 poäng. År 2016 visar rapporten en klar förbättring och visar 3 poäng inom samtliga relevanskriterier, utom R5 Prestationer: Marknaden (2 poäng), då företaget redovisade minst information inom detta område. År 2017 sker en förbättring inom detta område R5 Prestationer: Marknaden (3 poäng), vilket gör att samtliga kriterier visar 3 poäng. År 2018 visar rapporten en förbättring inom indikator R3 Målsättning (4 poäng) samt R7 Prestationer: Miljö (4 poäng).

Trovärdigheten uppgår i Lufthansas hållbarhetsrapport år 2015 till 14 av maximalt 24 poäng, vilket innebär 58%. Lägst poäng uppnås inom indikatorer C6 Oberoende revidering (0 poäng). Detta beror på att de inte presenterar att det genomförts någon oberoende revidering av rapporten. År 2016 ökar trovärdigheten till 67% då de visar en förbättring inom indikator C6 Oberoende revidering (2 poäng), då företaget presenterar en oberoende revidering av rapporten. År 2017 ökar trovärdigheten till 70% då C5 Återkoppling ökar till 3 poäng. År 2018 sker ingen förändring av trovärdigheten.

4.2 Air France-KLM

Air France-KLM är resultatet av en fusion mellan Air France och KLM under 2004 (Air France-KLM 2019). Flygbolaget har sitt huvudkontor i Paris-Charles de Gaulles flygplats och lyder under fransk lag. De är den ledande koncernen när det gäller internationell trafik vid avresa från Europa och transporterade 101.4 miljoner passagerare under 2018 (ibid.). Vidare sysselsätter de 548 flygplan som flyger till 318 destinationer. Flygbolaget består av Air France, KLM Royal Dutch Airlines, Transavia och Air France HOP och genomför ca 2300 flygningar dagligen (ibid.).

Air France-KLMs hållbarhetsrapporter är under samtliga av de undersökta åren integrerade i årsredovisningen, och är upprättade enligt GRIs riktlinjer (ibid.). I tabell 4.2 presenteras den sammanställda kvalitetsbedömningen utifrån relevans och trovärdighet mellan år 2015-2018.

Tabell 4.2 Kvalitetsbedömning Air France-KLM

	Relevans (maximalt 44)	Trovärdighet (maximalt 24)
2015	21	9
2016	23	9
2017	24	11
2018	28	11

År 2015 uppgår relevansen i Air France-KLMs hållbarhetsrapport till 21 av 44 möjliga poäng, vilket innebär 48% relevans. Rapporten visar en ökning av relevans år 2016 till 52%. År 2017 ökar den till 55%, och 2018 till 64%. Den totala ökningen av relevans mellan år 2015-2018 är därmed 16%-enheter.

År 2015 visade rapporten lägst relevans inom indikator R2 Viktiga intressenter (1 poäng), R3 Målsättning (1 poäng) samt R8 Prestationer: Samhälle (1 poäng), då Air France-KLM redovisade minst information inom dessa områden. Rapporten innehöll kort information om dess viktiga intressenter, och man presenterade ingen kvantitativ information avseende företagets prestationer inom samhällsområdet. Air France KLMs mål framgick inte heller lika tydligt. År 2016 visar rapporten en förbättring inom indikator R2 huvudsakliga intressenter (2 poäng), samt en förbättring inom indikator R8 Prestationer: Samhälle (2 poäng). År 2017 visar rapporten en förbättring inom indikator R11 Verkställande sammanfattning (3 poäng). År 2018 ökar relevansen av information i rapporten med 9%-enheter från föregående år, där rapporten visar en förbättring inom indikator R3 Målsättning (3 poäng), R5 Prestationer: Marknaden (3 poäng), R7 Prestationer: Miljön (3 poäng), R10 Integration med affärsprocesser (3 poäng). Detta då målen och prestationer inom marknaden presenteras i denna rapport mer detaljerat. Rapporten ger även en omfattande presentation av företagets prestationer inom miljömässiga frågor.

Trovärdigheten uppgår i Air France KLMs hållbarhetsrapport år 2015 till 9 av maximalt 24 poäng, vilket innebär 38%. Lägst poäng uppnås inom indikatorer C5 Återkoppling (0 poäng). Detta beror på att de inte presenterar någon kontaktväg för att kunna ge feedback på den. År 2016 stannar trovärdigheten kvar på 38% då de inte visar någon förbättring eller försämring inom indikatorerna. År 2017 ökar trovärdigheten till 46% då rapporten visar en förbättring

inom indikator C3 Datakvalité (3 poäng) samt C4 Resultat av intressentdialog (3 poäng). År 2018 stannar trovärdigheten på 46% då de inte visar på någon förändring inom indikatorerna.

4.3 IAG

IAG är det tredje största flygbolaget i Europa sett till omsättning, med 260 000 MSEK i omsättning år 2018. Bolaget sysselsätter 573 flygplan som flyger till 268 destinationer, med cirka 113 miljoner passagerare varje år (IAG 2019). Bolaget grundades 2011 och är moderbolag till LEVEL, Vueling, British Airways och Aer Lingus. IAG är registrerat i Spanien och noterat på Spanish Stock Exchange samt London Stock Exchange, med huvudkontoret baserat i London (ibid.). Bolagets mål är att kombinera de ledande flygbolagen i Storbritannien, Irland och Spanien för att förbättra deras position inom branschen, samtidigt som dotterbolagen behåller sina individuella varumärken. Detta ska leda till att kunderna gynnas genom ett större, kombinerat nätverk för både passagerarflyg och frakt (ibid.).

IAGs hållbarhetsrapporter är integrerade i bolagets årsredovisning för samtliga av de undersökta åren. År 2016-2018 följde IAG GRIs riktlinjer vid upprättandet av rapporterna, men inte 2015 (IAG, 2019). I tabell 4.3 presenteras den sammanställda kvalitetsbedömningen utifrån relevans och trovärdighet mellan år 2015-2018.

Tabell 4.3 Kvalitetsbedömning IAG

	Relevans (maximalt 44)	Trovärdighet (maximalt 24)
2015	21	8
2016	21	11
2017	30	11
2018	32	11

År 2015 uppgår relevansen i IAGs hållbarhetsrapport till 21 av 44 möjliga poäng, vilket innebär 48% relevans. Rapporten visar ingen ökning av relevans år 2016 och stannar därmed på 48%. År 2017 ökar den till 68%, och 2018 till 73%. Den totala ökningen av relevans mellan år 2015-2018 är därmed 25%-enheter.

År 2015 visade rapporten lägst relevans inom indikator R8 Prestationer: Samhälle (1 poäng) samt R11 Verkställande sammanfattning (0 poäng), då IAG redovisade minst information

inom dessa områden. Rapporten innehöll ingen sammanfattning som gav en överblick över väsentlig information, och man presenterade ingen kvantitativ information avseende företagets prestationer inom samhällsområdet. År 2016 visar rapporten en förbättring inom indikator R8 Prestationer: Samhälle (2 poäng), men en försämring inom R2 Huvudsakliga intressenter (1 poäng), då man redovisar väldigt lite information riktad till företagets huvudsakliga intressenter och deras engagemang med särskilda grupper. År 2017 ökar relevansen av information i rapporten med 20%-enheter från föregående år, men den lägst poängsatta indikatorn förblir R11 Verkställande sammanfattning (1 poäng) trots att de visar en förbättring inom området. En klar förbättring visas inom indikatorn R4 Trender över tiden (4 poäng) då man tydligt visar hur olika indikatorer förändrats över tid och garanterar dess jämförbarhet. År 2018 ökar relevansen med ytterligare 5%-enheter, och det som utmärker rapporten är indikator R7 Prestationer: Miljö (4 poäng) då man ger en omfattande presentation av företagets prestationer inom miljömässiga frågor.

Trovärdigheten uppgår i IAGs hållbarhetsrapport år 2015 till 8 av maximalt 24 poäng, vilket innebär 33%. Lägst poäng uppnås inom indikatorerna C4 Resultat av intressentdialog (1 poäng), C5 Återkoppling (1 poäng) samt C6 Oberoende revidering (0 poäng). Detta beror på att IAG inte presenterar att de fört någon typ av dialog med intressenterna avseende hållbarhet. Det har inte heller genomförts någon oberoende verifikation av rapporten, och det finns ingen tydlig kontaktväg för att kunna ge feedback på rapporten. År 2016 ökar trovärdigheten till 42% då de visar en förbättring inom indikator C2 Huvudsakliga rapporteringsegenskaper (3 poäng) och C4 Resultat av intressentdialog (2 poäng). Ingen förändring sker 2016-2018.

4.4 TUI

TUI är det fjärde största bolaget i studien sett till omsättning, med sin omsättning på 199 000 MSEK år 2018 (TUI 2019). Värt att notera är dock att TUI inte endast är verksam som flygbolag, utan är världens ledande turismföretag med över 380 hotell, 16 fartyg och dotterbolag ledande inom researrangemang. Samtidigt är TUIs flygbolag tillsammans sjunde störst i Europa, och består utav Corsair International, TUI Airways, TUI fly Belgium, TUI fly Deutschland, TUI fly Netherlands samt TUI fly Nordic (ibid.). Tillsammans sysselsätter de ungefär 150 flygplan och har 27 miljoner kunder i över 180 regioner årligen. TUI är registrerat i Tyskland och noterat på Frankfurt Stock Exchange samt London Stock Exchange.

TUI menar att en huvudfunktion i deras företagskultur är deras globala ansvarstagande inom ekonomiska, miljömässiga samt sociala frågor (TUI 2019).

TUI publicerade separata hållbarhetsrapporter för år 2015-2017, men inte 2018. De har inte heller följt GRIs riktlinjer under något av de undersökta åren. Värt att nämna är att de tidigare år använt sig av GRI vid upprättandet av rapporterna (TUI 2019). I tabell 4.4 presenteras den sammanställda kvalitetsbedömningen utifrån relevans och trovärdighet mellan år 2015-2018.

Tabell 4.4 Kvalitetsbedömning TUI

	Relevans (maximalt 44)	Trovärdighet (maximalt 24)
2015	29	15
2016	34	14
2017	34	15
2018	32	12

År 2015 uppgår relevansen i TUIs hållbarhetsrapport till 29 av 44 möjliga poäng, vilket innebär 66% relevans. Rapporten visar en ökning av relevans år 2016 till 77%. År 2017 är relevansen oförändrad på 77%, för att sedan sjunka till 73% år 2018. Den totala ökningen mellan år 2015-2018 är därmed 7%-enheter.

År 2015 var det ingen indikator avseende relevans som särskilt utmärkte sig, utan samtliga indikatorer hamnade inom intervallet 2-3 poäng. År 2016 visar rapporten en klar förbättring och den indikator som utmärker sig är R4 Trender över tiden (4 poäng) då man tydligt visar hur olika indikatorer förändrats över tid och garanterar dess jämförbarhet. År 2017 sker ingen förändring, men 2018 visar rapporten en försämring inom R5 Prestationer: Marknaden (2 poäng) och R11 Verkställande sammanfattning (2 poäng). Detta då man inte presenterar företagets prestationer inom marknaden lika omfattande, och inte heller ger en lika tydlig sammanfattning kring rapportens väsentliga delar.

Trovärdigheten uppgår i TUIs hållbarhetsrapport år 2015 till 15 av maximalt 24 poäng, vilket innebär 63%. Lägst poäng uppnås inom indikatorer C6 Oberoende revidering (0 poäng). Detta

beror på att de inte presenterar att det genomförts någon oberoende verifikation av rapporten. År 2016 sjunker trovärdigheten till 58% då de visar en försämring inom indikator C5 Återkoppling (2 poäng). År 2017 återgår trovärdigheten till 63% då C5 Återkoppling återgår till 3 poäng. År 2018 sjunker trovärdigheten till 50% då indikator C3 Datakvalité (2 poäng) och C5 Återkoppling (1 poäng) sjunker. Detta beror på att TUI inte lika tydligt redovisar för hur de samlat in och bearbetat den data som presenteras i rapporten, och inte heller ger någon tydlig kontaktväg för feedback.

4.5 Thomas Cook Group

Thomas Cook Group är det femte största bolaget i studien, med 119 000 MSEK i omsättning år 2018. Företagsgruppen är verksam inom flera branscher och har dotterbolag inom researrangemang, samt äger bland annat över 200 hotell i 48 regioner. Flygbolagen består av Thomas Cook Airlines UK, Condor Germany, Thomas Cook Airlines Scandinavia och Thomas Cook Airlines Balearics. Bolagen sysselsätter tillsammans 100 flygplan och har över 20 miljoner passagerare årligen. Företagsgruppen grundades år 2007 och är noterad på London Stock Exchange samt Frankfurt Stock Exchange. Thomas Cooks strategi för flygbolagen innefattar att lönsamt växa som ett ledande europeiskt flygbolag med en pålitlig kundfokuserad tjänst som utnyttjar sitt förhållande till deras resterande semesterverksamhet samtidigt som de aktivt utvecklar sina distributionskanaler (Thomas Cook Group 2019).

Företagsgruppen publicerar en separat hållbarhetsrapport för samtliga av de undersökta åren. År 2015-2016 följer de GRIs riktlinjer, men inte 2017-2018 (Thomas Cook Group 2019). I tabell 4.5 presenteras den sammanställda kvalitetsbedömningen utifrån relevans och trovärdighet mellan år 2015-2018.

Tabell 4.5 Kvalitetsbedömning Thomas Cook Group

	Relevans (maximalt 44)	Trovärdighet (maximalt 24)
2015	21	8
2016	24	12
2017	29	12
2018	32	12

År 2015 uppgår relevansen i Thomas Cooks hållbarhetsrapport till 21 av 44 möjliga poäng, vilket innebär 48% relevans. Rapporten visar en ökning av relevans år 2016 till 55%, år 2017 till 66% och år 2018 till 73%. Den totala ökningen mellan år 2015-2018 är därmed 25%-enheter.

År 2015 visade rapporten lägst relevans inom indikator R2 Huvudsakliga intressenter (1 poäng), R4 Trender över tiden (1 poäng) samt R5 Prestationer: Marknaden (1 poäng) då företaget redovisade minst information inom dessa områden. Thomas Cook presenterar väldigt lite information riktad till företagets huvudsakliga intressenter och deras engagemang med särskilda grupper. Man redovisar inte heller tydligt hur olika indikatorer förändrats över tid, eller deras prestationer på marknaden. År 2016 ökar relevansen av information i rapporten med 7%-enheter från föregående år, men indikatorerna R4 Trender över tiden (1 poäng) samt R5 Prestationer: Marknaden (1 poäng) förblir oförändrade. År 2017 ökar relevansen med ytterligare 11%-enheter, och utmärkande för rapporten är att de fortsatt inte presenterar deras prestationer på marknaden och R5 Prestationer: Marknaden förblir därmed 1 poäng. År 2018 sker ytterligare en övergripande ökning till 73% och i detta års rapport presenterar företaget framförallt väldigt tydligt sina prestationer inom arbetsplats- samt miljömässiga frågor.

Trovärdigheten uppgår i Thomas Cooks hållbarhetsrapport år 2015 till 8 av maximalt 24 poäng, vilket innebär 33%. Lägst poäng uppnås inom indikatorerna C4 Resultat av intressentdialog (1 poäng), C5 Återkoppling (0 poäng) samt C6 Oberoende revidering (0 poäng). Detta beror på att rapporten väldigt måttligt presenterar den dialog de fört med intressenterna avseende hållbarhet. Det har inte heller genomförts någon oberoende revidering av rapporten, och det finns ingen kontaktväg för att kunna ge feedback på den. År 2016 ökar trovärdigheten till 50%, på grund av en förbättring inom indikatorerna C2 Huvudsakliga rapporteringsegenskaper (3 poäng), C3 Datakvalité (3 poäng) samt C5 Återkoppling (2 poäng). Ingen förändring sker mellan år 2016-2018.

4.6 Ryanair

Ryanair är Europas ledande flygbolag sett till antal passagerare, och har ungefär 142 miljoner kunder årligen (Ryanair 2019). Företaget sysselsätter 737 flygplan, som tillsammans genomför över 2000 flyg om dagen till 226 olika destinationer. De omsätter 2018 cirka 75

000 MSEK och består av bolagen Ryanair UK, Ryanair Sun samt Lauda. Bolagets högkvarter ligger i Dublin, Irland och är noterat på London Stock Exchange. Flygbolaget arbetar ständigt för en bättre miljö och har tagit fram en plan för deras hållbarhetsarbete, vilken bland annat inkluderar att eliminera all icke-återvinningsbar plast från deras verksamhet under de närmaste fem åren (ibid.).

Ryanairs hållbarhetsrapporter är integrerade i deras årsredovisningar för åren 2015-2018, och följer inte GRI:s riktlinjer (Ryanair 2019). I tabell 4.6 presenteras den sammanställda kvalitetsbedömningen utifrån relevans och trovärdighet mellan år 2015-2018.

Tabell 4.6 Kvalitetsbedömning Ryanair

	Relevans (maximalt 44)	Trovärdighet (maximalt 24)
2015	12	7
2016	19	8
2017	20	8
2018	23	9

År 2015 uppgår relevansen i Ryanairs hållbarhetsrapport till 12 av 44 möjliga poäng, vilket innebär 27% relevans. Rapporten visar en ökning av relevans år 2016 till 43%, år 2017 till 45% och år 2018 till 52%. Den totala ökningen mellan år 2015-2018 är därmed 25%-enheter.

År 2015 visar rapporten 0-1 poäng inom samtliga relevanskriterier, utom R3 Målsättning (2 poäng) samt R9 Förbättringsåtgärder (2 poäng). Kriterierna uppnår 2 poäng då Ryanair i rapporten presenterar de viktigaste aspekterna avseende deras mål samt förbättringsåtgärder. År 2016 ökar relevansen till 43%, men rapporten ger fortsatt ingen tydlig sammanfattning kring dess väsentliga information, och innehåller väldigt få uppgifter kring företagets hållbarhetsstrategi samt viktiga intressenter. År 2017 ökar relevansen till 45% då rapporten visar en förbättrad presentation av de aktiviteter företaget genomfört för att förbättra sitt hållbarhetsarbete. År 2018 visar ytterligare en ökning till 52% och utmärkande indikator är R1 Hållbarhetsstrategi (3 poäng), då man ger detaljerad information kring företagets hållbarhetsstrategi, kopplat till hållbarhet.

Trovärdigheten uppgår i Ryanairs hållbarhetsrapport år 2015 till 7 av maximalt 24 poäng, vilket innebär 29%. Lägst poäng uppnås inom indikatorerna C5 Återkoppling (0 poäng) samt C6 Oberoende revidering (0 poäng), och ingen förändring sker mellan åren 2015-2018 inom dessa områden. Detta beror på att det inte genomförts någon oberoende revidering av rapporterna, och det finns ingen kontaktväg för att kunna ge feedback på dem. År 2016 ökar trovärdigheten till 33%, på grund av en förbättring inom indikatorer C3 Datakvalité (3 poäng). Ingen förändring sker mellan år 2016-2017, men år 2018 ökar trovärdigheten till 38% då rapporten visar en förbättring inom C2 Huvudsakliga rapporteringsegenskaper. Detta då man tydligare redovisar uppgifter kring rapporteringsperioden, målgrupp samt omfattning.

4.7 Easyjet

Easyjet är ett brittiskt lågprisflygbolag med sitt huvudkontor i London Luton Airport (Easyjet 2019). Flygbolaget driver inhemska och internationella tjänster på över 1000 rutter i över 30 länder. Flygbolaget sysselsätter över 10.000 personer i Europa men huvudsakligen i Storbritannien. Bolaget fokuserar på att utveckla starka positioner i Europas ledande flygplatser. Deras huvudkonkurrenter på dessa ledande flygplatser är de äldre flygbolagen och charterbolagen. Easyjets mål är att ge kunderna det ledande erbjudandet på de flygplatser som de vill flyga till. De menar att "Kunderna vill inte ha mycket på pris - de vill flyga från de flygplatser som fungerar bäst för dem". Easyjet är noterat på Londonbörsen (ibid.).

Easyjets hållbarhetsrapporter är integrerade i bolagets årsredovisning för samtliga av de undersökta åren men de följer inte GRIs riktlinjer i någon av rapporterna (Easyjet 2019). I tabell 4.7 presenteras den sammanställda kvalitetsbedömningen utifrån relevans och trovärdighet mellan år 2015-2018.

Tabell 4.7 Kvalitetsbedömning Easyjet

	Relevans (maximalt 44)	Trovärdighet (maximalt 24)
2015	13	5
2016	15	5
2017	19	7
2018	19	7

År 2015 uppgår relevansen i Easyjets hållbarhetsrapport till 13 av 44 möjliga poäng, vilket innebär 29% relevans. Rapporten visar en ökning av relevans år 2016 till 34%, år 2017 till 43% och år 2018 stannar relevansen kvar på 43%. Den totala ökningen mellan år 2015-2018 är därmed 14%-enheter.

År 2015 visar rapporten 0-1 poäng inom samtliga relevanskriterier, utom R3 Målsättning (2 poäng), R6 Prestationer: Arbetsplatsen (2 poäng) samt R8 Prestationer: Samhälle (2 poäng). Kriterierna uppnår 2 poäng då Easyjet i rapporten presenterar de viktigaste aspekterna avseende deras mål, prestationer inom arbetsplatsen samt prestationer inom samhälle. År 2016 ökar relevansen till 34%, men rapporten ger fortsatt ingen tydlig sammanfattning kring dess väsentliga information, och innehåller väldigt få uppgifter kring företagets hållbarhetsstrategi, viktiga intressenter samt information som bekräftar att aspekterna av CSR ingår i beslutsprocessen och implementeras i grundprocesserna. År 2017 ökar relevansen till 43% då rapporten visar en förbättrad presentation av de aktiviteter företaget genomfört för att förbättra sitt hållbarhetsarbete. Rapporten visar rapporten 2 poäng inom samtliga relevanskriterier, utom R7 Prestationer: Miljön samt R10 Integration med affärsprocesser. År 2018 sker ingen förändring från föregående år.

Trovärdigheten uppgår i Easyjets hållbarhetsrapport år 2015 till 5 av maximalt 24 poäng, vilket innebär 21%. Lägst poäng uppnås inom indikatorerna C2 Huvudsakliga rapporteringsegenskaper (0 poäng) samt C5 Återkoppling (0 poäng). Det sker ingen förändring år 2016 då indikatorerna inte visar någon förbättring eller försämring. År 2017 ökar trovärdigheten till 29% då rapporten visar en förbättring inom indikator C3 Datakvalité (2 poäng) samt C4 Resultat av intressentdialog (2 poäng). År 2018 stannar trovärdigheten kvar på 29% då de inte visar någon förbättring eller försämring inom indikatorerna.

4.8 SAS Group

SAS Group är en sammanslutning av företag som är baserade i Danmark, Norge och Sverige (SAS 2019). SAS har totalt cirka 30 miljoner passagerare som reser med SAS genom 272 rutter mellan 123 destinationer i Europa, USA och Asien. Flygbolaget genomför ca 800 flygningar per dag, vilket även gör SAS till skandinaviens största flygbolag. Bolaget grundades 1946 och har en omsättning på 42 miljarder kronor. SAS har som målsättning att

minska de totala koldioxidutsläppen med 25% före år 2030 i jämförelse med basåret 2005. För att nå dessa mål vill SAS ersätta sina äldre flygplan med nyare modeller (ibid.).

SAS har under studiens valda år upprättat separata hållbarhetsrapporter som följer GRIs riktlinjer (SAS 2019). I tabell 4.8 presenteras den sammanställda kvalitetsbedömningen utifrån relevans och trovärdighet mellan år 2015-2018.

Tabell 4.8 Kvalitetsbedömning SAS Group

	Relevans (maximalt 44)	Trovärdighet (maximalt 24)
2015	22	12
2016	23	13
2017	25	13
2018	28	14

År 2015 uppgår relevansen i SAS hållbarhetsrapport till 22 av 44 möjliga poäng, vilket innebär 50% relevans. Rapporten visar en ökning av relevans år 2016 till 52%, år 2017 till 57% och år 2018 till 64%. Den totala ökningen mellan år 2015-2018 är därmed 14%-enheter.

År 2015 visade rapporten lägst relevans inom indikator R6 Prestationer: Arbetsplatsen (1 poäng) samt R8 Prestationer: Samhälle, då SAS redovisade minst information inom dessa områden. Rapporten innehöll en överblick om prestationer inom arbetsplatsen, och man presenterade ingen kvantitativ information avseende företagets prestationer inom samhällsområdet. År 2016 visar rapporten en förbättring inom indikator R8 Prestationer: Samhälle (2 poäng) samt R9 Förbättringsåtgärder (3 poäng), men en försämring inom R3 målsättning (2 poäng), då man inte redovisar lika tydlig information riktad till företagets huvudsakliga mål jämfört med föregående år. År 2017 återgår indikator R3 Målsättning till 3 poäng. Rapporten visar även en förbättring inom indikator R5 Prestationer: Marknaden (3 poäng), då rapporten visar en mer detaljerad information om prestationer inom marknaden. År 2018 ökar relevansen med 7%-enheter från föregående år. Rapporten visar en förbättring inom indikator R6 Prestationer: Arbetsplatsen (2 poäng) som inte visat någon förändring sedan 2015. Rapporten visar även en förbättring inom R4 Trender över tiden (3 poäng) samt R11 Verkställande sammanfattning (3 poäng). Detta då man tydligt visar hur olika indikatorer

förändrats över tid och garanterar dess jämförbarhet och ger en tydligare sammanfattning kring rapportens väsentliga delar.

Trovärdigheten uppgår i SAS hållbarhetsrapport år 2015 till 12 av maximalt 24 poäng, vilket innebär 50%. År 2015 var det ingen indikator avseende trovärdighet som särskilt utmärkte sig, utan samtliga indikatorer hamnade på 2 poäng. År 2016 ökar trovärdigheten till 54% då de visar en förbättring inom indikator C1 Läslighet (3 poäng). År 2017 stannar trovärdigheten kvar på 54% då de inte visar någon förbättring eller försämring inom indikatorerna. År 2018 ökar trovärdigheten till 58% då de visar en förbättring inom indikator C3 Datakvalité (3 poäng).

4.9 Sammanställning av empiri

Företagen presenterar sina hållbarhetsredovisningar på olika sätt. Lufthansa och SAS presenterar separata hållbarhetsrapporter för år 2015-2018. Air France-KLM, IAG, Thomas Cook, Ryanair och Easyjets hållbarhetsrapporter är under samtliga av de undersökta åren integrerade i årsredovisningen. TUI publicerade separata hållbarhetsrapporter för år 2015-2017, men inte 2018. Samtliga bolagen följde GRIs riktlinjer något av åren, förutom Ryanair, Easyjet och TUI som inte har följt GRIs riktlinjer någon gång mellan 2015-2018.

Som presenteras i empirin har kvalitén ökat inom de undersökta bolagens hållbarhetsredovisningar mellan 2015-2018. Samtliga hållbarhetsrapporters relevans och trovärdighet har ökat, förutom TUI som visade en negativ förändring inom trovärdighet mellan 2015-2016 och 2017-2018.

Samtliga hållbarhetsrapporters relevans var högre än trovärdigheten, och TUI visade högst relevans av företagen mellan 2015-2017 men Lufthansa visade istället högst poäng 2018. IAG, Thomas Cook och Ryanair var de företag som visade högst förbättring inom relevanskriterierna. Inom trovärdighet uppnådde TUI högst poäng av företagen år 2015 och Lufthansa visade högst trovärdighet mellan 2016-2018. Thomas Cook visade högst förbättring inom trovärdighet.

År 2015 uppgick inte någon indikator till högsta poäng (4) för något av de undersökta företagen. Indikator R4 Trender över tiden var den enda indikatorn som uppgick till 4 poäng

år 2016 och 2017. År 2018 uppgick R3 Målsättning, R7 Prestationer: Miljön, R4 Trender över tiden, R6 Prestationer: Arbetsplatsen till 4 poäng. Indikator C5 återkoppling och C6 oberoende revidering bedömdes vara de svagaste indikatorerna. Bolagen visade svagast kvalitet inom dessa indikatorer under de undersökta åren.

Tabellerna nedan består av en sammanställning av flygbolagens kvalitet i deras hållbarhetsrapporter utifrån relevans och trovärdighet mellan 2015-2018.

Tabell 4.9 Sammanställning Relevans

Relevans

	Lufthansa Group	Air France-KLM	IAG	TUI Group	Thomas Cook Group	Ryanair	Easyjet	SAS Group
2015	64%	48%	48%	66%	48%	27%	29%	50%
2016	73%	52%	48%	77%	55%	43%	34%	52%
2017	75%	55%	68%	77%	66%	45%	43%	57%
2018	80%	64%	73%	73%	73%	52%	43%	64%
Total förändring	15%-enheter	16%-enheter	25%-enheter	7%-enheter	25%-enheter	25%-enheter	14%-enheter	14%-enheter

Tabell 4.10 Sammanställning Trovärdighet

Trovärdighet

	Lufthansa Group	Air France-KLM	IAG	TUI Group	Thomas Cook Group	Ryanair	Easyjet	SAS Group
2015	58%	38%	33%	63%	33%	29%	21%	50%
2016	67%	38%	42%	58%	50%	33%	21%	54%
2017	70%	46%	42%	63%	50%	33%	29%	54%
2018	70%	46%	42%	50%	50%	38%	29%	58%
Total förändring	12%-enheter	8%-enheter	9%-enheter	-13%-enheter	17%-enheter	9%-enheter	8%-enheter	8%-enheter

5. Analys

I detta kapitel analyseras den empiriska datan i relation till tidigare studier samt den teoretiska referensramen.

5.1 Hållbarhetsredovisningens kvalitet

I tidigare studier har många valt att dela in kvalitén på rapporterna i kategorierna hög respektive låg (Leitoniene & Sapkauskiene 2015). För att tydligare kunna beskriva kvalitén och sätta den i perspektiv har detsamma gjorts i denna studie. De rapporter som uppnår 50% eller lägre av den maximala poängen kategoriseras som låg kvalitet. De rapporter som uppnår högre än 50% av den maximala poängen kategoriseras som hög kvalitet. Denna kategorisering används vid utvärderingen och utförandet av tabell 5.1 samt 5.2.

Tidigare har hållbarhetsredovisningen fått mycket kritik riktad mot sig då den visat avsaknad av relevans och trovärdighet. Vår undersökning visar en klar ökning av bolagens kvalitet mellan år 2015-2018, och majoriteten av företagen visar en hög nivå av relevans 2018, med undantag för Easyjet som har både en relevans och trovärdighet under 50%. De enda bolag som hade både hög relevans och trovärdighet är SAS och Lufthansa. Ryanair, TUI, Thomas Cook, IAG samt Air France-KLM visar en hög relevans men låg trovärdighet. Anledningen till att majoriteten av företagen visar en låg trovärdighet är att de flesta rapporterna saknar någon oberoende revidering samt kontaktvägar för feedback, vilket gjort att de hamnat inom intervallet 0-1 poäng inom dessa kriterier.

Tabell 5.1 Relevans 2018

Låg(50% eller under)	Hög(högre än 50%)
Easyjet	Ryanair, TUI, Thomas Cook Group, IAG, Air France-KLM, SAS Group, Lufthansa

Tabell 5.2 Trovärdighet 2018

Låg(50% eller under)	Hög(högre än 50%)
Easyjet, Ryanair, TUI, Thomas Cook Group, IAG, Air France-KLM	SAS Group, Lufthansa

Tidigare studier har visat att tillämpningen av olika ramverk vid upprättandet av hållbarhetsrapporterna inte nödvändigtvis höjer kvalitén på dem (Diouf och Boiral 2017; Michelin et al. 2015). Diouf och Boiral (2017) menar vidare att företagen använder hållbarhetsrapporterna som en strategi för att dölja de negativa aspekterna medan man lyfter fram de positiva. Framför allt riktar de kritik mot GRIs kvalitativa egenskaper jämförbarhet, balans samt tillförlitlighet (ibid.). Detta går inte ihop med denna studies resultat. I denna

undersökning är TUI, Ryanair, Easyjet de enda företagen som inte använt sig av GRI vid upprättandet av rapporterna för något av de undersökta åren. TUI har dock tidigare använt sig av GRI och det går därför inte att utesluta att det lett till en fortsatt hög kvalitet av rapporterna när de slutat använda sig utav ramverket. Samtidigt har Easyjet och Ryanair klart lägst relevans och trovärdighet genom samtliga år, vilket visar ett samband mellan hög kvalitet och att man någon gång använt sig av GRI. Habek & Wolniaks (2016) studie som använt samma metod som denna kommer fram till samma samband. Deras studie pekar även på att hållbarhetsrapporterna i allmänhet håller en låg kvalitet, vilket inte riktigt överensstämmer med vår undersökning. Samtliga av de undersökta flygbolagen uppnår antingen hög relevans eller hög trovärdighet, med undantag för Easyjet som har både en relevans och trovärdighet under 50% mellan år 2015-2018 (ibid.).

Den främsta likheten kvalitetsmässigt bland rapporterna är att den indikator som visar på högst poäng genom hela studien var R7 Prestationer: Miljö samt R4 Trender över tiden. Detta visade sig tydligast i rapporterna för 2017 samt 2018 där bolagen gav omfattande information inom dessa områden. År 2015 var det ingen indikator som uppgick till fyra poäng och man ser en klar ökning genom åren. Även Habek & Wolniaks (2016) undersökning visade att bolagen visar hög kvalitet inom de indikatorer som rör prestationer, och då främst miljön precis som i denna undersökning. Den relevansindikator som hamnade på lägst poäng genom undersökningen var R11 Verkställande sammanfattning. En tydligare sammanfattning skulle därför avsevärt höja hållbarhetsrapporternas kvalitet. Den indikator som visar på högst kvalitet inom trovärdighet enligt Habek & Wolniaks (2016) studie var C1 Läslighet. De indikatorer som visar lägst kvalitet var istället C6 Oberoende revidering samt C5 Återkoppling. I vår undersökning är den indikator som hamnar på lägst poäng C6 Oberoende revidering, då nästintill inga företag på något sätt reviderar rapporterna externt. De trovärdighetsindikatorer som visar på högst poäng genom undersökningen var C1 Läslighet samt C3 Datakvalité. Inget bolag uppnådde högsta poäng inom något av trovärdighetskriterierna. Att bolagen håller så låg kvalitet inom trovärdighetskriterierna stämmer överens med det Lock & Seele (2015) kommer fram till i deras undersökning. De menar att hållbarhetsredovisningen generellt håller en väldigt låg nivå av trovärdighet i Europa, vilket även lett till bolagens legitimitet sänkts. De måste därför höja trovärdigheten i rapporterna för att uppnå högre legitimitet.

Undersökningen kommer även fram till att det skett en förbättring av bolagens hållbarhetsrapporter kvalitetsmässigt mellan år 2015-2018. Thomas Cook visar exempelvis en

ökning av relevans med 25%-enheter och en ökning av trovärdighet med 17%-enheter. Ökningen beror främst på att de tydligt visar en förbättring kring hur de redovisar sina uppnådda prestationer. Denna förbättring var dock för en del av bolagen inte särskilt stor, och Ryanair samt Easyjet har ännu inte uppnått en särskilt hög kvalitet i jämförelse mot de andra bolagen i undersökningen. Hade studien istället undersökt rapporterna under ett längre tidsintervall finns det dock en chans att resultatet blivit annorlunda eftersom man skulle kunna se en tydligare utvecklingskurva. Då hållbarhet har blivit ett viktigt ämne i samhället antog vi att samtliga företag skulle visa en tydlig förbättring, och visa på en hög kvalitet 2018. Vad man kan se är dock att år 2018 har hållbarhetsrapporterna blivit avsevärt mer detaljerade och man ser större likheter mellan dem kvalitetsmässigt. Framförallt har de blivit tydligare genom att använda bilder och diagram för att visa hur olika indikatorer förändrats över tid. Detta kan ses som en strategi för att marknadsföra sig eftersom de i princip kan välja vad de vill redovisa själva och därmed kan välja att endast ta med positiv information, och utelämnat negativ information för att få rapporten att verka mer attraktiv.

Tidigare studier har även kommit fram till att kvalitén inte skiljer sig mellan de rapporter som publicerats separat och de som var presenterade i årsredovisningen (Michelon et al 2015). Flera av de undersökta bolagen har publicerat separata hållbarhetsrapporter och de visar ingen tydlig skillnad i kvalitet från de som varit integrerade i årsredovisningen. Exempelvis publicerar IAG hållbarhetsrapporterna integrerade i årsredovisningen och visar en hög kvalitet samtidigt som TUI publicerar hållbarhetsrapporterna separat och uppvisar en liknande nivå av kvalitet. Dock ser man ett tydligt samband inom just kriterierna R11 Verkställande sammanfattning samt C5 Återkoppling med låga poäng för de rapporter som inte publicerats separat, då de saknar specifika sammanfattningar samt kontaktvägar kopplade till just hållbarhetsrapporten.

Habek och Wolniak (2016) anser att företagets storlek sett till omsättning är en viktig aspekt att ta hänsyn till vid bedömningen av hållbarhetsrapporteringen. De menar också att majoriteten av de företag som hållbarhetsrapporterar är större företag, och det är även för just större företag som det är obligatoriskt att hållbarhetsrapportera. Vår undersökning visar att det finns ett visst samband mellan företagets omsättning och dess hållbarhetsrapporters kvalitet. Lufthansa som är det största bolaget i undersökningen visar på högst kvalitet genom de undersökta åren. Ryanair och Easyjet som är några av de mindre bolagen i undersökningen visar också väldigt låg kvalitet genom de undersökta åren. Samtidigt kan man inte helt dra

slutsatsen att det har en koppling då SAS, som är det minsta bolaget, håller väldigt hög kvalitet i jämförelse med Ryanair och Easyjet.

5.2 Hållbarhetsrapporternas innehåll

Samtliga bolag i undersökningen hållbarhetsredovisade även innan EU-direktivet trädde i kraft, och man kan därför anta att företagen inte endast hållbarhetsredovisar för att följa EU-direktivet. Det ska även leda till en förbättring i hållbarhetsarbetet. Detta gör att förväntningarna hos omgivningen ökar (Borglund, Frostenson & Windell 2010). Detta går att koppla ihop med intressentteorin som menar att företagen är beroende av sina intressenter. Intressenterna använder hållbarhetsrapporten, vilket gör att bolagen riktar rapporterna allt mer mot intressenterna. I vår undersökning visade det sig att majoriteten av företagen redovisade en utveckling av kvalitén på information riktad mot intressenterna, med undantag för Ryanair, SAS och IAG. De företag som hade låg kvalitet inom kriterierna som handlar om information kopplat till dialoger med intressenterna, visar en utveckling mellan 2015-2018. TUI och Lufthansa som redan hade en hög kvalitet år 2015 har inte utvecklats inom dessa kriterier.

Majoriteten av företagen har lagt störst fokus på att redovisa trender över tiden och främst då fokuserat på dess prestationer inom miljömässiga frågor. Företagen i studien är av större karaktär och har därmed allmänhetens uppmärksamhet på sig på grund av deras klimatpåverkan, därför kan företagen genom hållbarhetsrapporterna visa hur de arbetar mot miljön samt visa deras förbättringsåtgärder. Majoriteten av företagen i undersökningen redovisade genom tabeller, statistik över flera rapporteringsperioder som visade förändringsriktningen inom bland annat miljömässiga frågor men även andra hållbarhetsfrågor.

De flesta av de undersökta företagen har inte presenterat att det genomförts någon oberoende verifiering av just hållbarhetsrapporten. Michelin et al. (2015) menar att oberoende verifiering inte höjer kvalitén i rapporten men i vår studie så sänker det kvalitén drastiskt. Detta då det sänker trovärdigheten genom att 0-1 poäng ges av 4 möjliga samt att det påverkar totala poängen av trovärdigheten på 24 poäng. Habeks (2017) studie visade att rapporter som verifierats av en oberoende enhet visade högre kvalitetsnivå. Detta går att bekräfta med vår studie då rapporter som reviderats av en oberoende enhet oftast visade en högre kvalitetsnivå av samtliga indikatorer. Samtidigt ges 1-4 poäng av 4 möjliga och detta påverkar

trovärdigheten positivt. Tidigare undersökningar som lagt mest vikt vid kvantitativa metoder framför kvalitativa metoder fokuserar endast på kvantitet, oftast genom att kontrollera mängden av data, exempelvis i form av ord och meningar. Därför har vi i vår studie inte lagt fokus vid att titta på mängden data, utan utvärderat kvalitén av den presenterade informationen.

Majoriteten av bolagen har redovisat förbättringar inom indikator R7 Prestationer: Miljö. Dock har Lufthansa, SAS och TUI inte visat några förbättring inom indikatorn men de har redan påvisat en hög kvalitet år 2015. Detta strider mot det (Borglund, Frostenson & Windell 2010) kommer fram till, att arbetet kring hållbarhet är likadant men det har skett en förbättring kring hur företagen väljer att visa detta i hållbarhetsredovisningen. Anledningen till varför företagen inte ändrat sin redovisning under åren går att diskutera, och möjligtvis kan detta bero på att de själva bedömer sig vara tydliga nog. Undersökningen speglar även en riktning mot en ökning av bilder och redovisning av miljömässiga frågor. Frostenson et al. (2015) menar att detta till viss del kan förklaras med att bolagen känner ett större ansvar till att arbeta mot en hållbar utveckling. Enligt Deegan (2002) har bolagen och samhället ett socialt kontrakt sinsemellan, och bolagen kan därmed uppnå legitimitet genom att anpassa sig efter kontraktet. Detta går att koppla ihop med att miljöaspekter har blivit en central fråga i samhället och därför har det blivit viktigt för bolagen att anpassa sig efter det för att behålla sin legitimitet. Utifrån vad Deegan och Unerman (2011, s. 325) menar, så erhåller därmed Lufthansa, SAS och TUI legitimitet och uppfyller det sociala kontraktet. Även intressentteorin menar att organisationers ansvar i förhållande till dess intressenter med hållbarhetsrapportering av miljömässiga samt sociala prestationer spelar en viktig roll utöver det ekonomiska (Westermarck 2013, s. 233). Då större företag mest sannolikt har fler intressenter borde även dessa organisationer ha större förväntningar på sig från intressenterna, och på grund av detta presenterar en mer genomgripande hållbarhetsrapport. Bolagen måste alltså leva upp till de hållbarhetskrav intressenterna ställer på dem. Adams och McNicholas (2007) menar att den osäkerhet som råder kring hur man ska hållbarhetsredovisa gör att de väljer att härma andra företag. De härmar därmed andra företags strategier, vilket kan förklara att samtliga bolag visar en kvalitetsförbättring.

Genom undersökningen har fem av åtta företag tillämpat GRI vid upprättandet av rapporten under något av de undersökta åren. Enligt legitimitetsteorin kan detta skapa ett större förtroende från intressenter gentemot bolagen eftersom rapporten får en ökad trovärdighet

genom att följa riktlinjerna. Intressentteorin anser att intressenterna och bolagen är beroende av varandra och detta kan i sin tur vara anledningen till att en del bolag väljer att upprätta hållbarhetsrapporterna enligt GRI eftersom de kan fungera som beslutsunderlag för intressenterna. Frisk (2013) menar att bolagen har olika strategier i åtanke när de tar fram hållbarhetsrapporterna även om de använder sig av GRI, och detta kan leda till att rapporterna är väldigt olika trots att de tillämpar samma ramverk. Samtidigt är det inte helt tydligt att se vilka bolag som tillämpat GRI vid upprättandet bara genom att titta på rapporten.

Samtliga företag i studien publicerade hållbarhetsrapporter innan EU-direktivet blev aktuellt i början på 2017. Detta går att koppla ihop med att företagen hållbarhetsredovisar på grund av att det är en central fråga i samhället och uppnår legitimitet genom att hållbarhetsredovisa. Borglund, Frostenson och Windell (2010) menar att organisationers hållbarhetsredovisning påverkas av samhället. EU-direktivet kommer då ha en viss påverkan på hållbarhetsredovisningen då det har en betydelse för samhället. Bolagen måste justera hållbarhetsredovisningen utifrån de förväntningar samhället har för att inte förlora sin legitimitet enligt legitimitetsteorin. Enligt intressentteorin är en delförklaring till den förbättrade hållbarhetsredovisningen därmed de förväntningar som intressenterna har på dem. Då EU-direktivet har en påverkan på de förväntningar samhället har kommer detta även ha ett inflytande på bolagets hållbarhetsredovisning. Lufthansa, SAS och TUI visar ingen förändring i prestationer inom miljö då de redan haft en hög kvalité under åren. Eftersom dessa bolag inte visat någon förändring i undersökningen kan man anta att EU-direktivet 2014/95/EU inte haft en påverkan på bolagen då de frivilligt har upprättat hållbarhetsredovisningar för att uppnå legitimitet.

6. Slutsats

I detta kapitel summeras det tidigare kapitlet för att redogöra för studiens slutsats och bemöta studiens forskningsfrågor.

Syftet med studien är att undersöka samt tillföra förståelse för kvalitet inom hållbarhetsredovisning. Vidare syftar studien till att jämföra hållbarhetsrapporter över tid och undersöka om det skett någon förändring gällande hållbarhetsredovisningens kvalitet.

Den första frågeställningen var följande:

- Har kvalitén påverkats i Europeiska flygbolags hållbarhetsrapporter mellan år 2015-2018, och i så fall hur?

Studiens empiri visar att kvalitén på hållbarhetsredovisningen inom Europeiska flygbolag har förbättrats avsevärt mellan år 2015-2018, men det finns ännu stort utrymme för hållbarhetsredovisningen att utvecklas. Samtliga rapporter visar högre kvalitet inom relevans än trovärdighet, och de indikatorer som visat högst kvalitet var R7 Prestationer: Miljö samt R4 Trender över tiden. De indikatorer som visat lägst kvalitet var C6 Oberoende revidering samt C5 Återkoppling. En förbättring inom trovärdighetskriterierna skulle därmed höja kvalitén på hållbarhetsredovisningen avsevärt.

Den andra frågeställningen var följande:

- Vilka likheter och skillnader visar Europeiska flygbolagens hållbarhetsrapporter kvalitetsmässigt?

Genom en djupgående granskning av bolagens hållbarhetsrapporter ser man en tydlig riktning mot att hållbarhetsredovisningarna visar allt mer likheter kvalitetsmässigt. De studerade bolagen har alla lagt mest fokus på att förbättra redovisningen av trender över tiden samt dess prestationer inom miljömässiga frågor. Samtidigt väljer bolagen att presentera samma prestationsindikatorer inom hållbarhet men i olika stor utsträckning. Studien har därför upptäckt en del svårigheter vid jämförelsen av rapporterna då en del företag väljer att presentera sin information i text, medan andra väljer att presentera den med hjälp av siffror. Likheterna bland hållbarhetsredovisningarna är fler än skillnaderna.

7. Slutdiskussion

I detta kapitel diskuteras val av metod samt förslag till vidare forskning.

7.1 Reflektion över metodval

Denna studie har bedömt hållbarhetsredovisningar genom samma metod som Habek (2017) samt Habek & Wolniak (2016) använts sig av. Tillämpningen av denna metod var genom undersökningen komplicerad då bedömningsverktyget blev svårare att använda än vad vi trott. Att ge indikatorerna poäng utifrån de olika graderna i verktyget (0-4) var svårt och detta har lett till att vi haft ett inflytande i bedömningen av hållbarhetsredovisningarna. Detta leder till att studien brister i objektiv granskning. För att minska subjektiviteten i studien skulle bedömningen behöva göras av fler individer. Det hade underlättat diskussionen och fastställandet av de olika kvalitetsbedömningskriterierna.

En annan svårighet med denna metod har varit att tolka indikatorerna (R1-11, C1-C11). Schemat har en kort beskrivning av varje indikator, och det var svårt att bedöma en hel hållbarhetsrapport utefter endast några få kriterier. Detta har även lett till en subjektiv tolkning av indikatorerna från studiens författare. Detta bidrar ytterligare till subjektiv bedömning av hållbarhetsrapporterna. För att minska detta skulle det behövas flera individer som för en diskussion om hur man tolkar indikatorerna. Alternativt att man utvecklar metoden och tar fram ett tydligare bedömningsschema med utförligare beskrivningar av de olika indikatorerna samt bedömningsverktyget. För att motverka detta problem i just vår studie har vi valt att beskriva med hjälp av exempel hur vi bedömt rapporterna utifrån olika indikatorer.

Det finns flera olika metoder för att bedöma kvalitén i hållbarhetsrapporter. Alla dessa metoder har för- och nackdelar. Genom att använda varierande metoder leder detta eventuellt till att resultaten blir olika. Därav skulle det vara passande att använda sig av fler metoder för att sammanslå resultatet.

Utifrån Habeks (2017) och Habek & Wolniaks (2016) metod kunde vi inte komma längre i denna undersökning vid bedömningen av flygbolagens kvalitét. Vi har därför inte helt och hållet nått fram till en slutsats kring skälet till och på vilket sätt bolagen upprättat hållbarhetsredovisningen. För att komma längre i ämnet hade det krävts fler metoder och fler indikatorer att bedöma utifrån.

7.2 Förslag till vidare forskning

Utifrån den metod vi valt lämnar det förutsättningar för vidare forskning. Att använda sig utav kvalitativa metoder samt kvantitativa metoder kombinerat kan även ge tydligare resultat inom ett större perspektiv. I denna studie valde vi att avgränsa oss till flygbolag i Europa, men vi föreslår även att man tittar på ett globalt sammanhang där man fokuserar på alla flygbolag i världen. Man kan även jämföra detta med andra branscher.

Med tanke på svårigheten att tillämpa Habek (2017) och Habek & Wolniaks (2016) metod föreslår vi till vidare forskning möjligen att använda sig utav en annan metod med ett annat kodningsschema. Eller också möjligtvis använda sig utav flera olika metoder och olika kodningsscheman tillsammans.

Ett annat förslag till vidare forskning är att man studerar vilken relation kvalitet i hållbarhetsrapporter har till företagets storlek. Man kan då se om det finns ett samband mellan företagets storlek och det som redovisas i rapporterna. Vår undersökning visade att Lufthansa som var det största bolaget i undersökningen hade högst kvalitet medan SAS, som var de minsta bolaget också visade en hög kvalitet. De bolag som visade störst förändring var IAG, Thomas Cook Group samt Ryanair. Dessa stora företag bevakas av media och därför kan man se detta som strategiskt genom att uppvisa en sämre kvalitet på sin hållbarhetsredovisning för att sedan förbättra den. Borglund, Frostenson & Windell (2010) menar att detta kan vara till företagets egen vinning då utvecklingen ger något positivt. Detta skulle eventuellt leda till att intressenternas inställning ändras.

Referenslista

Adams, C. & Frost, G.R. (2008), "Integrating sustainability reporting into management practices", *Accounting Forum*, Vol. 32 No. 4, pp. 288-302.

Adams, C. & McNicholas, P. (2007). Making a difference: Sustainability reporting, accountability and organizational change. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, vol. 20 (3), s.382-402.

Arjaliès, D.-L. & Mundy, J. (2013). The use of management control systems to manage CSR strategy: A levers of control perspective. *Management Accounting Research*, 24(4), pp.284–300.

Bartels, W., Iansen-Rogers, J. and Kuszewski, J. (2010), "Count me in: the readers' take on sustainability reporting", *KPMG and Sustainability*, Amstelveen.

Bebbington, J. Larrinaga, C. Moneva, José M. (2008). Corporate social reporting and reputation risk management. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol.21(3). pp. 337-361

Boiral, O. (2013), "Sustainability reports as simulacra? A counter-account of a and a+ GRI reports", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 26 No. 7, pp. 1036-1071.

Borglund, T., Frostenson, M. & Windell, K. (2010). *Effekterna av hållbarhetsredovisning: En studie av konsekvenserna av de nya riktlinjerna om hållbarhetsinformation i statligt ägda företag*. Artikelnummer N2010.30.

Bryman, A., Bell, E. (2011). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. 2:2. Uppl. Malmö: Liber AB.

Ching, Hong Yuh ; Gerab, Fábio ; Toste, Thiago Henrique. (2017), "The Quality of Sustainability Reports and Corporate Financial Performance: Evidence From Brazilian Listed Companies", *SAGE Open*, Vol.7(2)

Cho, C.H., Michelon, G. and Patten, D.M. (2012), "Impression management in sustainability reports: an empirical investigation of the use of graphs", *Accounting and the Public Interest*, Vol. 12 No. 1, pp. 16-37.

Cho, C.H., Laine, M., Roberts, R.W. and Rodrigue, M. (2015), "Organized hypocrisy, organizational façades, and sustainability reporting", *Accounting, Organizations and Society*, Vol. 40, pp. 78-94.

Clarkson, M. (1995). A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. [Elektronisk]. *Academy of Management Review*, vol 20 (1), s. 92-117.

de Grosbois, D. (2016), "Corporate social responsibility reporting in the cruise tourism industry: a performance evaluation using a new institutional theory based model", *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 24 No. 2, pp. 245-269.

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

Deegan C, Rankin M. (1996), Do Australian companies report environmental news objectively? An analysis of environmental disclosures by firms prosecuted successfully by the Environmental Protection Authority. *Accounting, Auditing and Accountability Journal* 9(2): 52–69.

Dominique Diouf, Olivier Boiral, (2017), The quality of sustainability reports and impression management: A stakeholder perspective, *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 30 Issue: 3, pp.643-667

Dowling, J. and Pfeffer, J. (1975), Organisational legitimacy: social values and organisational behaviour, *Pacific Sociological Review*, January, pp. 122-36.

Eccles, R. G., Krzus, M. P., Rogers, J., & Serafeim, G. (2012). The need for sector-specific materiality and sustainability reporting standards. *Journal of Applied Corporate Finance*, 24(2), 65-71

Ernst & Young, (2019). *Law on disclosure of non-financial information and diversity information*

[https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-eu-directive-disclosure-of-non-financial-information-and-diversity.pdf/\\$FILE/EY-eu-directive-disclosure-of-non-financial-information-and-diversity.pdf](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-eu-directive-disclosure-of-non-financial-information-and-diversity.pdf/$FILE/EY-eu-directive-disclosure-of-non-financial-information-and-diversity.pdf) (Hämtad 2019-05-13)

Europeiska Kommissionen, (2014). *EU-direktiv 2014/95/EU*

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32014L0095&from=EN> (Hämtad 2019-05-13)

Freundliebs, M. Gräuler, M. Teuteberg, F. (2014). A conceptual framework for the quality evaluation of sustainability reports. *Management Research Review*. Vol.37(1), pp.19-44

Frisk, M. (2013). Nya GRI-riktlinjerna släppta. *Miljö & utveckling*. <http://miljo-utveckling.se/nya-gri-riktlinjerna-slappta/> (Hämtad 2019-05-13)

Frostenson, M. (2015). *Redovisningsteori*. Upplaga 1 Lund: Studentlitteratur

Föreningen Svenskt Flyg, (2019)

<https://www.svensktflyg.se> (Hämtad 2019-05-13)

Global Reporting Standards, (2019). *Standards*

<https://www.globalreporting.org/standards> (Hämtad 2019-05-13)

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

Gray, R. (2001), "Thirty years of social accounting, reporting and auditing: what (if anything) have we learnt?", *Business Ethics: A European Review*, Vol. 10 No. 1, pp. 9-15.

Global Reporting Initiative, (2016). *GRI 101: Foundation*

<https://www.globalreporting.org/standards/gri-standards-download-center/?g=e71e0ecb-9c28-40a2-b9ab-bab12ded6cd9> (Hämtad 2019-05-13)

Global Reporting Initiative, 2019. *Sustainability Disclosure Database*

<http://database.globalreporting.org> (Hämtad 2019-05-13)

Habek, P. (2017). CSR Reporting Practices in Visegrad Group Countries and the Quality of Disclosure. *Sustainability*, 9.

Habek, P. & Wolniak, R. (2016). *Assessing the quality of corporate social responsibility reports: The case of reporting practices in selected European Union member states*. *Quality & Quantity*. 50, ss. 399–420.

Husillos, J., Larrinaga, C., & Álvarez, M. J. (2011). *The emergence of triple bottom line reporting in Spain*. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 60(150), 195–219.

Hörisch, J., Freeman R., E. & Schaltegger, S. (2014). Applying Stakeholder Theory in Sustainability Management: Links, Similarities, Dissimilarities, and a Conceptual

International Airlines Group, (2019). *IAG Overview*

<http://www.iairgroup.com/phoenix.zhtml?c=240949&p=aboutoverview> (Hämtad 2019-05-13)

International Financial Reporting Standards, (2018). *Conceptual Framework for Financial Reporting*

<https://www.ifrs.org/-/media/project/conceptual-framework/fact-sheet-project-summary-and-feedback-statement/conceptual-framework-project-summary.pdf> (Hämtad 2019-07-24)

International Organization for Standardization, (2019). *ISO 26000 - Social responsibility*

<https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html> (Hämtad 2019-05-13)

Kemp, L.J. and Vinke, J. (2012), "CSR reporting: a review of the Pakistani aviation industry", *South Asian Journal of Global Business Research*, Vol. 1 No. 2, pp. 276-292.

KPMG, (2017). *The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2017*
<https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/xx/pdf/2017/10/kpmg-survey-of-corporate-responsibility-reporting-2017.pdf> (Hämtad 2019-05-13)

Langer, M. (2006), "Comparability of sustainability reports: a comparative content analysis of Austrian sustainability reports", in Schaltegger, S., Bennet, M. and Burrit, R. (Eds), *Sustainability Accounting and Reporting: Development, Linkages and Reflection. An Introduction*, Springer, Dordrecht, pp. 581-602.

Laufer, W.S. (2003), "Social accountability and corporate greenwashing", *Journal of Business Ethics*, Vol. 43 No. 3, pp. 253-261.

Leitonienea, S. & Sapkauskiene, A. (2015). Quality of Corporate Social Responsibility Information. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. Vol. 213, ss. 334–339.

Lindelöw Danielsson, M. (2003). *Kompetensbaserad rekrytering, intervjuteknik och testning*. Stockholm: Natur och kultur

Lock, I. & Seele, P. (2016). The credibility of CSR reports in Europe. Evidence from a quantitative content analysis in 11 countries. *Journal of Cleaner Production*. Vol. 122, ss. 186–200.

Lounsbury, M. (2008). Institutional rationality and practice variation: New directions in the institutional analysis of practice. *Accounting, Organizations and Society*, 33(4–5), ss. 349–361.

Lozano, R. (2006), "A tool for a graphical assessment of sustainability in universities (GASU)", *Journal of Cleaner Production*, Vol. 14 No. 9, pp. 963-972.

Luftfartsverket, (2019).
<http://www.lfv.se> (Hämtad 2019-05-13)

Luft Mobus, J. (2005). "Mandatory environmental disclosures in a legitimacy theory context", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 18 Issue: 4, pp. 492-517.

Mak, B. and Chan, W.W. (2006), "Environmental reporting of airlines in the Asia Pacific region", *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 14 No. 6, pp. 618-628.

Mak, B.L., Chan, W.W., Wong, K. and Zheng, C. (2007), "Comparative studies of standalone environmental reports-European and Asian airlines", *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, Vol. 12 No. 1, pp. 45-52

Mathews, M.R. (1993), *Socially Responsible Accounting*, Chapman Hall, London.

Michelon, G. Pilonato, S. Ricceri, F. (2015). *CSR reporting practices and the quality of disclosure: An empirical analysis*. *Critical Perspectives on Accounting*, 33, ss. 59–78.

Mitchell, R.K., Agle, B.R. & Wood, D.J. (1997). Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle Economics and what really counts. *Academy of Management Review*, Vol. 22, No. 4, 853-886.

Nilsson, Å. (2010). *Kvantitativ innehållsanalys*. I Ekström, M. & Larsson, L. (Red.) *Metoder i kommunikationsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur.

Pricewaterhousecoopers, (2017). *Lagstadgad hållbarhetsrapport från 2017*
<https://www.pwc.se/sv/publikationer/finansuell-rapportering/lagstadgad-hallbarhetsrapport-fran-2017.html> (Hämtad 2019-05-13)

Ragin, C. (2014). *Comparative Method : Moving Beyond Qualitative and Quantitative Strategies*. 1. Uppl. University of California Press.

Rosenström, U. and Lyytimäki, J. (2006), "The role of indicators in improving timeliness of international environmental reports", *European Environment*, Vol. 16 No. 1, pp. 32-44.

Ryanair, (2019). *Our Fleet*

<https://corporate.ryanair.com/about-us/our-fleet/> (Hämtad 2019-05-27)

The International Air Transport Association, (2017). *2036 Forecast Reveals Air Passengers Will Nearly Double to 7.8 Billion*

<https://www.iata.org/pressroom/pr/Pages/2017-10-24-01.aspx> (Hämtad 2019-05-13)

Westermark, C. (2013). *Hållbarhetsredovisning*. Lund: Studentlitteratur AB.

Årsredovisningar/Hållbarhetsrapporter

Air France-KLM (2015) årsredovisning med hållbarhetsrapport

<https://sdd-pdf.s3.amazonaws.com/report-pdfs/2016/3f17604eeb39fe63d65b3835f9601279.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJZQ4KYD2D35QKCDA&Expires=1557857301&Signature=Zr414uTuL6gdhWCTxJZPhrt3Qyw%3D>

(Hämtad 2019-05-13)

Air France-KLM (2016) årsredovisning med hållbarhetsrapport

<https://sdd-pdf.s3.amazonaws.com/report-pdfs/2017/abc42964bcd3094cf5a2b4e01d73c998.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJZQ4KYD2D35QKCDA&Expires=1557857320&Signature=xJUITJp1eLuqLha73scWORu10Y%3D>

(Hämtad 2019-05-13)

Air France-KLM (2017) årsredovisning med hållbarhetsrapport

<https://sdd-pdf.s3.amazonaws.com/report-pdfs/2018/c3a29bd267ebcb08680813a7f88ab895.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJZQ4KYD2D35QKCDA&Expires=1557857339&Signature=ZLXixI%2Fz8eIe7NmKsKLrbzC%2FQ%2F4%3D>

(Hämtad 2019-05-13)

Air France-KLM (2018) årsredovisning med hållbarhetsrapport

https://www.airfranceklm.com/en/system/files/registration_document_air_france-klm_2018_va_def.pdf

(Hämtad 2019-05-13)

Easyjet (2015) årsredovisning med hållbarhetsrapport

<http://corporate.easyjet.com/~media/Files/E/Easyjet/pdf/investors/result-center-investor/annual-report-2015.pdf>

(Hämtad 2019-05-13)

Easyjet (2016) årsredovisning med hållbarhetsrapport

<http://corporate.easyjet.com/~media/Files/E/Easyjet/pdf/investors/result-center-investor/annual-report-2016.pdf>

(Hämtad 2019-05-13)

Easyjet (2017) årsredovisning med hållbarhetsrapport

<http://corporate.easyjet.com/~media/Files/E/Easyjet/pdf/investors/results-centre/2017/2017-annualreport-and-accounts-v1.pdf>

(Hämtad 2019-05-13)

Easyjet (2018) årsredovisning med hållbarhetsrapport

<http://corporate.easyjet.com/~media/Files/E/Easyjet/pdf/investors/results-centre/2018/2018-annual-report-and-accounts.pdf> (Hämtad 2019-05-13)

International Airlines Group (2015) årsredovisning med hållbarhetsrapport

<https://www.iairgroup.com/~media/Files/I/IAG/annual-reports/iag-annual-reports/en/annual-report-and-accounts-2015-iag.pdf> (Hämtad 2019-05-13)

International Airlines Group (2016) årsredovisning med hållbarhetsrapport

<https://www.iairgroup.com/~media/Files/I/IAG/annual-reports/iag-annual-reports/en/annual-report-and-accounts-2016-iag.pdf> (Hämtad 2019-05-13)

International Airlines Group (2017) årsredovisning med hållbarhetsrapport

<https://www.iairgroup.com/~media/Files/I/IAG/annual-reports/iag-annual-reports/en/annual-report-and-accounts-2017-interactive.pdf> (Hämtad 2019-05-13)

International Airlines Group (2018) årsredovisning med hållbarhetsrapport

<https://www.iairgroup.com/~media/Files/I/IAG/annual-reports/iag-annual-reports/en/annual-report-and-accounts-ar2018-interactive.pdf> (Hämtad 2019-05-13)

Lufthansa group (2015) hållbarhetsrapport

<https://www.lufthansagroup.com/fileadmin/downloads/en/responsibility/LH-sustainability-report-2015.pdf> (Hämtad 2019-05-13)

Lufthansa group (2016) hållbarhetsrapport

<https://www.lufthansagroup.com/fileadmin/downloads/en/responsibility/LH-sustainability-report-2016.pdf> (Hämtad 2019-05-13)

Lufthansa group (2017) hållbarhetsrapport

<https://www.lufthansagroup.com/fileadmin/downloads/en/responsibility/LH-sustainability-report-2017.pdf> (Hämtad 2019-05-13)

Lufthansa (2018) hållbarhetsrapport

<https://www.lufthansagroup.com/fileadmin/downloads/en/responsibility/LH-sustainability-report-2018.pdf> (Hämtad 2019-05-13)

Ryanair (2015) årsredovisning med hållbarhetsrapport

<https://investor.ryanair.com/wp-content/uploads/2015/07/Annual-Report-2015.pdf> (Hämtad 2019-05-13)

Ryanair (2016) årsredovisning med hållbarhetsrapport

<https://investor.ryanair.com/wp-content/uploads/2016/07/Ryanair-Annual-Report-FY16.pdf> (Hämtad 2019-05-13)

Ryanair (2017) årsredovisning med hållbarhetsrapport

<https://investor.ryanair.com/wp-content/uploads/2017/07/Ryanair-FY2017-Annual-Report.pdf> (Hämtad 2019-05-13)

Ryanair (2018) årsredovisning med hållbarhetsrapport

<https://investor.ryanair.com/wp-content/uploads/2018/07/Ryanair-FY-2018-Annual-Report.pdf> (Hämtad 2019-05-13)

SAS Group (2015) hållbarhetsrapport https://www.sasgroup.net/en/wp-content/uploads/sites/2/2016/02/SAS-Group-Sustainability-Report-2014_2015-English.pdf (Hämtad 2019-05-13)

SAS Group (2016) hållbarhetsrapport

<https://www.sasgroup.net/en/wp-content/uploads/sites/2/2017/02/sas-group-sustainability-report-2015-2016-english.pdf> (Hämtad 2019-05-13)

SAS Group (2017) hållbarhetsrapport

<https://www.sasgroup.net/en/wp-content/uploads/sites/2/2018/01/sas-group-sustainability-report-2016-2017-english.pdf> (Hämtad 2019-05-13)

SAS Group (2018) hållbarhetsrapport

<https://www.sasgroup.net/en/wp-content/uploads/sites/2/2019/01/sas-group-sustainability-report-2017-2018-english.pdf> (Hämtad 2019-05-13)

Thomas Cook Group (2015) hållbarhetsrapport

<https://www.thomascookgroup.com/wp-content/uploads/2016/01/Sustainability-Report-2015.pdf> (Hämtad 2019-05-13)

Thomas Cook Group (2016) hållbarhetsrapport

<https://www.thomascookgroup.com/wp-content/uploads/2017/01/Sustainability-Report-2016.pdf> (Hämtad 2019-05-13)

Thomas Cook Group (2017) hållbarhetsrapport

https://www.thomascookgroup.com/wp-content/uploads/2018/03/ThomasCook_SR2017_Final.pdf (Hämtad 2019-05-13)

Thomas Cook Group (2018) hållbarhetsrapport

https://www.thomascookgroup.com/investors/insight_external_assest/Thomas+Cook+Sustainability+Report+2018.pdf (Hämtad 2019-05-13)

TUI group (2015) hållbarhetsrapport

https://www.tuigroup.com/damfiles/default/tuigroup-15/de/nachhaltigkeit/berichterstattung-downloads/2016/TUI_BHBW_Report_2015_final.pdf-05e80ccb2b83c762e30e110939fbbb8d.pdf (Hämtad 2019-05-13)

TUI group (2016) hållbarhetsrapport

https://www.tuigroup.com/damfiles/default/tuigroup-15/de/nachhaltigkeit/berichterstattung-downloads/2017/FINAL_BHBW_report-2016.pdf-c76cf8c7c79d78a5d4727f708ed6d494.pdf (Hämtad 2019-05-13)

TUI group (2017) hållbarhetsrapport

<https://www.tuigroup.com/damfiles/default/tuigroup-15/de/nachhaltigkeit/berichterstattung-downloads/2018/Better-Holidays-Better-World-2017/TUI-Group-Better-Holidays-Better-World-Report-2017.pdf-9a9a5cc1c2a4e80facfc795574543eb2.pdf> (Hämtad 2019-05-13)

TUI group (2018) hållbarhetsrapport

https://www.tuigroup.com/damfiles/default/tuigroup-15/en/investors/6_Reports-and-presentations/Reports/2018/TUI_AR18_EN.pdf-41a3f925c083a43d9ef92d2abeb95a62.pdf

(Hämtad 2019-05-13)

Bilagor

Bilaga 1 - Bedömningschema

Structure of an assessment tool

Assessment criteria		Comments
<i>Relevance of information</i>		
R1	Sustainability strategy	The report presents the business strategy which relates to the aspects of sustainable development
R2	Key stakeholders	The report contains identification of organization's stakeholders, their expectations and a way of engagement with individual groups
R3	Targets	The report presents targets for the future, targets set in the previous reporting period and the level of their achievements
R4	Trends over time	The report contains indicators shown over several reporting periods indicating this way direction of change and ensuring their comparability
R5, R6, R7, R8	Performance indicators: R5 market place, R6 workplace, R7 environment, R8 community	The report contains quantitative information concerning organization's performance achieved in particular areas (market place, workplace, environment, community).
R9	Improvement actions	The report describes improvement activities undertaken by the organization to meet the objectives of sustainable development; e.g. programs to increase resource efficiency, reduction of emission etc.
R10	Integration with business processes	The report contains information confirming that the aspects of sustainable development are included in the decision making process and implemented in the basic processes (purchasing, sales, marketing, production, etc.)
R11	Executive summary	The report provides a concise and balanced overview of key information and indicators from the reporting period
<i>Credibility of information</i>		
C1	Readability	The report has a logical structure, uses a graphical presentation of the data, drawings, and explanations where required or uses other tools to help navigate through the document

C2	Basic reporting principles	The reporting period, scope and entity is defined in the report as well as limitations and target audience
C3	Quality of data	The report describes the processes, procedures of collection, aggregation and transformation of data and determines the source of the data
C4	Stakeholder dialogue outcomes	The report contains a description of the stakeholders' dialogue and the results of this dialogue in relation to aspects of sustainable development (surveys, consultations, focus groups, round tables, programs, engagement, etc.)
C5	Feedback	The report contains a mechanism that allows feedback process (contact point for suggestions or questions, hotline, e-mail, reply card, questionnaire etc.)
C6	Independent verification	The report contains a statement of independent body attesting the authenticity of data presented in the report as well as proposals for future improvements

Bilaga 2 - Bedömningschema översatt till svenska

Bedömning skriterier		Förklaring
Relevans		
R1	Hållbarhetsstrategi	Rapporten presenterar strategier kopplade till hållbarhetsutveckling
R2	Huvudsakliga intressenter	Rapporten innehåller identifiering av företagets intressenter, deras förväntningar och ett sätt att engagera sig med individuella intressentgrupper
R3	Målsättning	Rapporten presenterar företagets målsättning för framtiden, tidigare rapporteringsperioder samt nivån på vad de åstadkommit
R4	Trender över tiden	Rapporten innehåller indikatorer som visas över flera rapporteringsperioder och som indikerar riktningen på förändringen samt dess jämförbarhet
R5	Prestationer: Marknad	Rapporten innehåller information kring företagets prestationer inom marknaden
R6	Prestationer: Arbetsplats	Rapporten innehåller information kring företagets prestationer inom arbetsplatsen
R7	Prestationer: Miljö	Rapporten innehåller information kring företagets prestationer inom

		miljö
R8	Prestationer: Samhälle	Rapporten innehåller information kring företagets prestationer inom samhälle
R9	Förbättringsåtgärder	Rapporten beskriver förbättringsåtgärder som vidtagits av företaget för att möta hållbarhetsmålen, exempelvis program för att öka resurseffektiviteten
R10	Integration med affärsprocesser	Rapporten innehåller information som bekräftar att hållbarhetsaspekter inkluderas vid beslutsfattande och vid implementering av grundläggande processer, såsom marknadsföring samt försäljning etc
R11	Verkställande sammanfattning	Rapporten ger en koncis och jämn överblick över viktig information och indikatorer från den presenterade rapporteringsperioden
Trovärdighet		
C1	Läslighet	Rapporten har en logisk struktur, använder diagram, data, förklaringar och ritningar tillsammans med andra verktyg för att underlätta vägledningen genom rapporten
C2	Huvudsakliga rapporteringsegenskaper	Rapporteringsperioden och dess omfattning specificeras i rapporten tillsammans med målgrupp samt begränsningar
C3	Datakvalité	Rapporten beskriver processer och tillvägagångssätt för insamling samt bearbetning av data och bestämmer källan till datan.
C4	Resultat av intressentdialog	Rapporten innehåller en beskrivning av intressentdialoger samt resultatet av den i relation till hållbarhetsaspekter (konsultation, program, enkäter, etc)
C5	Återkoppling	Rapporten innehåller kontaktvägar för återkoppling på rapporten (e-mail, frågeformulär, etc)
C6	Oberoende revidering	Rapporten innehåller ett uttalande att det genomförts en oberoende revidering av rapporten vilken verifierar äktheten av informationen som presenteras i den

Bilaga 3 - poängsättning Lufthansa Group

Indikatorer	2015	2016	2017	2018
Relevans	28	32	33	33
R1 Hållbarhetsstrategi	2	3	3	3
R2 Huvudsakliga intressenter	2	3	3	3
R3 Målsättning	3	3	3	4
R4 Trender över tiden	2	3	3	3
R5 Prestationer: Marknaden	2	2	3	3
R6 Prestationer: Arbetsplatsen	2	3	3	3

R7 Prestationer: Miljön	3	3	3	4
R8 Prestationer: Samhälle	3	3	3	3
R9 Förbättringsåtgärder	3	3	3	3
R10 Integration med affärsprocesser	3	3	3	3
R11 Verkställande sammanfattning	3	3	3	3
Trovärdighet	14	16	17	17
C1 Läslighet	3	3	3	3
C2 Huvudsakliga rapporteringsegenskaper	3	3	3	3
C3 Datakvalité	3	3	3	3
C4 Resultat av intressentdialog	3	3	3	3
C5 Återkoppling	2	2	3	3
C6 Oberoende revidering	0	2	2	2

Bilaga 4 - poängsättning Air France-KLM

Indikatorer	2015	2016	2017	2018
Relevans	21	23	24	28
R1 Hållbarhetsstrategi	2	2	2	2
R2 Huvudsakliga intressenter	1	2	2	2
R3 Målsättning	1	1	1	2
R4 Trender över tiden	3	3	3	3
R5 Prestationer: Marknaden	2	2	2	3
R6 Prestationer: Arbetsplatsen	3	3	3	3
R7 Prestationer: Miljön	2	2	2	3
R8 Prestationer: Samhälle	1	2	2	2
R9 Förbättringsåtgärder	2	2	2	2
R10 Integration med affärsprocesser	2	2	2	3
R11 Verkställande sammanfattning	2	2	3	3
Trovärdighet	9	9	11	11
C1 Läslighet	2	2	2	2
C2 Huvudsakliga rapporteringsegenskaper	2	2	2	2

C3 Datakvalité	2	2	3	3
C4 Resultat av intressentdialog	2	2	3	3
C5 Återkoppling	0	0	0	0
C6 Oberoende revidering	1	1	1	1

Bilaga 5 - poängsättning IAG

Indikatorer	2015	2016	2017	2018
Relevans	21	21	30	32
R1 Hållbarhetsstrategi	2	2	2	3
R2 Huvudsakliga intressenter	2	1	2	2
R3 Målsättning	2	2	3	3
R4 Trender över tiden	3	3	4	4
R5 Prestationer: Marknaden	2	2	3	3
R6 Prestationer: Arbetsplatsen	2	2	3	3
R7 Prestationer: Miljön	2	2	3	4
R8 Prestationer: Samhälle	1	2	3	3
R9 Förbättringsåtgärder	3	3	3	3
R10 Integration med affärsprocesser	2	2	3	3
R11 Verkställande sammanfattning	0	0	1	1
Trovärdighet	8	10	10	10
C1 Läslighet	2	2	2	2
C2 Huvudsakliga rapporteringsegenskaper	2	3	3	3
C3 Datakvalité	2	2	2	2
C4 Resultat av intressentdialog	1	2	2	2
C5 Återkoppling	1	1	1	1
C6 Oberoende revidering	0	0	0	0

Bilaga 6 - poängsättning TUI

Indikatorer	2015	2016	2017	2018
Relevans	29	34	34	32
R1 Hållbarhetsstrategi	2	3	3	3
R2 Huvudsakliga intressenter	2	3	3	3
R3 Målsättning	3	3	3	3
R4 Trender över tiden	3	4	4	4
R5 Prestationer: Marknaden	2	3	3	2
R6 Prestationer: Arbetsplatsen	2	3	3	3
R7 Prestationer: Miljön	3	3	3	3
R8 Prestationer: Samhälle	3	3	3	3
R9 Förbättringsåtgärder	3	3	3	3
R10 Integration med affärsprocesser	3	3	3	3
R11 Verkställande sammanfattning	3	3	3	2
Trovärdighet	15	14	15	12
C1 Läslighet	3	3	3	3
C2 Huvudsakliga rapporteringsegenskaper	3	3	3	3
C3 Datakvalité	3	3	3	2
C4 Resultat av intressentdialog	3	3	3	3
C5 Återkoppling	3	2	3	1
C6 Oberoende revidering	0	0	0	0

Bilaga 7 - poängsättning Thomas Cook Group

Indikatorer	2015	2016	2017	2018
Relevans	21	24	29	32
R1 Hållbarhetsstrategi	2	2	3	3
R2 Huvudsakliga intressenter	1	2	3	3
R3 Målsättning	2	2	2	2
R4 Trender över tiden	1	1	2	2

R5 Prestationer: Marknaden	1	1	1	2
R6 Prestationer: Arbetsplatsen	2	3	3	4
R7 Prestationer: Miljön	2	3	3	4
R8 Prestationer: Samhälle	3	3	3	3
R9 Förbättringsåtgärder	2	2	3	3
R10 Integration med affärsprocesser	2	2	3	3
R11 Verkställande sammanfattning	3	3	3	3
Trovärdighet	8	12	12	12
C1 Läslighet	3	3	3	3
C2 Huvudsakliga rapporteringsegenskaper	2	3	3	3
C3 Datakvalité	2	3	3	3
C4 Resultat av intressentdialog	1	1	1	1
C5 Återkoppling	0	2	2	2
C6 Oberoende revidering	0	0	0	0

Bilaga 8 - poängsättning Ryanair

Indikatorer	2015	2016	2017	2018
Relevans	12	19	20	23
R1 Hållbarhetsstrategi	1	1	1	3
R2 Huvudsakliga intressenter	1	1	1	1
R3 Målsättning	2	2	2	3
R4 Trender över tiden	1	2	2	2
R5 Prestationer: Marknaden	1	2	2	2
R6 Prestationer: Arbetsplatsen	1	2	2	2
R7 Prestationer: Miljön	1	2	2	2
R8 Prestationer: Samhälle	1	2	2	2
R9 Förbättringsåtgärder	2	2	3	3
R10 Integration med affärsprocesser	1	2	2	2
R11 Verkställande sammanfattning	0	1	1	1
Trovärdighet	7	8	8	9

C1 Läslighet	2	2	2	2
C2 Huvudsakliga rapporteringsegenskaper	2	2	2	3
C3 Datakvalité	2	3	3	3
C4 Resultat av intressentdialog	1	1	1	1
C5 Återkoppling	0	0	0	0
C6 Oberoende revidering	0	0	0	0

Bilaga 9 - poängsättning Easyjet

Indikatorer	2015	2016	2017	2018
Relevans	13	15	19	19
R1 Hållbarhetsstrategi	1	1	2	2
R2 Huvudsakliga intressenter	1	1	2	2
R3 Målsättning	2	2	2	2
R4 Trender över tiden	1	2	2	2
R5 Prestationer: Marknaden	1	2	2	2
R6 Prestationer: Arbetsplatsen	2	2	2	2
R7 Prestationer: Miljön	1	1	1	1
R8 Prestationer: Samhälle	2	2	2	2
R9 Förbättringsåtgärder	1	1	2	2
R10 Integration med affärsprocesser	0	0	0	0
R11 Verkställande sammanfattning	1	1	2	2
Trovärdighet	5	5	7	7
C1 Läslighet	2	2	2	2
C2 Huvudsakliga rapporteringsegenskaper	0	0	0	0
C3 Datakvalité	1	1	2	2
C4 Resultat av intressentdialog	1	1	2	2
C5 Återkoppling	0	0	0	0
C6 Oberoende revidering	1	1	1	1

Bilaga 10 - poängsättning SAS Group

Indikatorer	2015	2016	2017	2018
Relevans	22	23	25	28
R1 Hållbarhetsstrategi	2	2	2	2
R2 Huvudsakliga intressenter	2	2	2	2
R3 Målsättning	3	2	3	3
R4 Trender över tiden	2	2	2	3
R5 Prestationer: Marknaden	2	2	3	3
R6 Prestationer: Arbetsplatsen	1	1	1	2
R7 Prestationer: Miljön	3	3	3	3
R8 Prestationer: Samhälle	1	2	2	2
R9 Förbättringsåtgärder	2	3	3	3
R10 Integration med affärsprocesser	2	2	2	2
R11 Verkställande sammanfattning	2	2	2	3
Trovärdighet	12	13	13	14
C1 Läslighet	2	3	3	3
C2 Huvudsakliga rapporteringsegenskaper	2	2	2	2
C3 Datakvalité	2	2	2	3
C4 Resultat av intressentdialog	2	2	2	2
C5 Återkoppling	2	2	2	2
C6 Oberoende revidering	2	2	2	2