

Obligatorisk hållbarhetsrapportering i modebranschen

**En kvalitativ innehållsanalys av
hållbarhetsrapporternas kvalitet och dess
förändring över tid**

Av: Barkhadle Ismael Abdi och Rebecka Nyman

Handledare: Natallia Pashkevich
Södertörns högskola | Institutionen för samhällsvetenskaper
Kandidatuppsats 15 hp
Företagsekonomi: Redovisning | Vårterminen 2021



Förord

Det har varit ett arbetsamt år där vi har fått möjlighet att få en djupare förståelse för det hållbarhetsarbete Sveriges största modeföretag utför. Att arbeta med uppsatsen har stunder varit nöjsamt medan det till stor del även har varit slitsamt. Vi har fått tillfälle att använda vår samlade kunskap från studieåren för att utveckla en idé till en färdig uppsats.

Vi vill ta chansen att tacka opponentgruppen samt vår handledare Natallia Pashkevich för att ha fått mottaga värdefull feedback och för det engagemang som funnits kring vår uppsats. Era åsikter har bidragit till att vår uppsats har kunnat utvecklas under arbetets gång.

Södertörns högskola, den 4 oktober 2021

Barkhadle Ismael Abdi och Rebecka Nyman

Sammanfattning

Studien ämnar undersöka hur svenska stora modeföretags hållbarhetsrapporters kvalitet har förändrats 2016–2019. Detta för att skapa en djupare förståelse av den lagändring EU initierade som Sverige införde 2017. Kvaliteten förklaras bestå i de tre kategorierna trovärdighet, innehåll och kommunikation. Frågan studien ställde sig var: “Hur har kvaliteten på modeföretags hållbarhetsrapporter påverkats när de blev lagstadgade att upprättas?”. Urvalet bestod av 14 företag. Vissa upprättade gemensamma hållbarhetsrapporter vilket ledde till att antalet hållbarhetsrapporter som studien analyserade var 10 rapporter per år 2016–2019. En ytterligare rapport tillkom för 2019 då ett företag valde att själva upprätta en rapport separat från moderbolaget. En kvalitativ innehållsanalys användes som metod för att studera de valda 41 hållbarhetsrapporterna. De teorier och begrepp som i studien användes för analys var triple bottom line, institutionell teori, intressentteori, signalteorin samt GRI. Resultatet visade på att företagens kvalitet på hållbarhetsrapporterna har förändrats både i samband med, men till största del efter EU-direktivet 2014/95/EU av omgivande faktorer. Studien har gett en djupare förståelse kring företagens hållbarhetsredovisning och visat att det inte föreligger en entydig förändring av kvalitet när hållbarhetsredovisning för större företag blev obligatorisk enligt lag.

Nyckelord: Hållbarhetsredovisning, Hållbarhetsrapportering, Företags samhällsansvartagande, CSR, Hållbarhetsrapporters kvalitet, EU-direktiv 2014/95/EU

Abstract

The aim of the study is to analyze how Swedish large fashion companies' sustainability reports quality has been changed 2016-2019. The study wants to create a deeper understanding of the legislative change initiated by the EU that Sweden introduced in 2017. Quality is declared to consist of the three categories of credibility, content and communication. The study's issue was: "How has the quality of fashion companies' sustainability reports been affected when they became statutory to be produced?". The sample consisted of 14 companies. Some of the companies prepared joint sustainability reports which led to the number of sustainability reports that the study analyzed being 10 reports per year 2016–2019. An additional report was added for 2019 when a company chose to prepare a report separately from the parent company. A qualitative content analysis was used as a method to study the selected 41 sustainability reports. The theories and concepts used in the study for analysis were triple bottom line, institutional theory, stakeholder theory, signal theory and GRI. The results showed that companies' quality of sustainability reports have changed both in accordance with the EU Directive 2014/95/EU, but largely due to surrounding factors. The study has provided a deeper understanding of companies' sustainability reporting and shown that there is no unambiguous change in quality when sustainability reporting for larger companies became mandatory by law.

Keywords: Sustainability Accounting, Sustainability Reporting, Corporate Social Responsibility, CSR, Sustainability Reporting Quality, EU Directive 2014/95/EU

Innehållsförteckning

1. Inledning	1
1.1 Bakgrund.....	1
1.2 Problematisering	5
1.3 Syfte och frågeställning	8
1.4 Avgränsning.....	8
2.1 Teorier och centrala begrepp.....	9
2.1.1 Triple Bottom Line	9
2.1.2 Institutionell teori.....	11
2.1.3 Intressentteori.....	13
2.1.4 Signalteori.....	15
2.2 Global Reporting Initiative	16
2.3 Tidigare forskning.....	18
2.3.1 Hållbarhetsredovisning i modebranschen	18
2.3.2 Frivillig och obligatorisk hållbarhetsredovisning	18
2.3.3 Kvalitet och hållbarhetsredovisning	20
2.3.4 Sammanfattning	21
3. Metod	24
3.1 Val av metod och design.....	24
3.2 Tillvägagångssätt	25
3.2.1 Population, urval och bortfall.....	25
3.2.3 Kodningsschema och kodningsmanual.....	30
3.3 Tillförlitlighet.....	32
4. Empiri.....	33
4.1 Björn Borg AB (Björn Borg Clothing AB).....	33
4.2 Filippa K Aktiebolag.....	35
4.3 Gina Tricot AB (Gina Tricot Försäljnings AB).....	38
4.4 H & M Hennes & Mauritz GBC AB och H & M Hennes & Mauritz Sverige AB.....	41
4.5 KappAhl Sverige AB	43
4.6 Lindex Sverige AB.....	45
4.7 Nilson Group AB	48
4.8 RNB Retail and Brands AB (Department & Stores Europe AB och Polarn O. Pyret Aktiebolag)	50
4.8.1 Departments & Stores Europe AB.....	52
4.8.2 Polarn O. Pyret Aktiebolag	53
4.9 Scorett Footwear AB.....	54
4.10 Vagabond International Aktiebolag (Vagabond Skor Varberg Aktiebolag)	57
5. Analys	60

5.1 Förändring gällande trovärdighet.....	60
5.2 Förändring gällande innehåll	61
5.3 Förändring gällande kommunikation.....	62
5.4 Förändring av kvaliteten i hållbarhetsrapporterna	64
6. Slutsatser	67
7. Diskussion.....	69
7.1 Framtida studier	71
Referenslista.....	73
Bilaga 1 - Statistiska branschposter (SNI).....	1
Bilaga 2 - Sammanställning av sökta branscher ur branschlista.....	3
Bilaga 3 - Sökresultat efter kriterier för obligatorisk hållbarhetsrapportering.....	4
Bilaga 4 – Sammanställd lista över svenska modeföretag som uppfyller mer än ett kriterium.....	10

1. Inledning

Det inledande avsnittet avser att ge en bakgrund av den numer lagstadgade hållbarhetsredovisningen och vad som har lett fram till den. En bakgrund ges även till hur hållbarhet är aktuellt inom modebranschen. Därefter följer en diskussion kring hållbarhetsredovisning och hur den kan bedömas. Avsnittet avslutas med studiens syfte och frågeställning där hållbarhetsrapporternas kvalitet ligger i fokus.

1.1 Bakgrund

Utmaningar gällande klimatet och de stora förändringar som kommer att påverka samhället har även lett till förändring av synen kring företags samhällsansvartagande (Borglund et al. 2021). Uppfattningar om företags samhällsansvar har funnits lika länge som det har funnits företag. Däremot har det blivit allt viktigare för företag att synliggöra deras ekonomiska, miljömässiga och sociala påverkan på samhället (ibid.). Det växande erkännandet av ömsesidigt interaktivt och fördelaktigt beroende mellan företag och samhälle har gjort Corporate Social Responsibility (CSR) till ett allt viktigare koncept (Brown & Forster 2013). Detta är ett vittomfattande koncept där företag integrerar sociala och miljömässiga frågor i sin affärsverksamhet (ibid.). CSR har kommit att bli ett etablerat begrepp som påverkar hur företag formar sina affärsidéer. Enligt Mion och Loza Adauí (2019) har kommunikation och rapportering om företagens hållbarhetsarbete fått mer och mer utrymme under flera decennier. Därmed visar CSR på ett ansvar för att implementera dessa i företaget (Borglund et al. 2021).

Det var först på 1960-talet som begreppet hållbarhet började att uppmärksammas av företagens olika intressenter (Rimmel et al 2018). Där intressenter exempelvis innebar kunder, statliga organisationer och leverantörer. Det gav en ökad medvetenhet rörande hållbarhetsbegrepp som miljöförstöringar och social ojämlikhet. Med tiden har det blivit viktigt för företags olika intressenter att granska vilka åtgärder företag vidtar i olika hållbarhetsfrågor (ibid.). Då intressent som begrepp har en etisk dimension hos företag blev företagets värdeutveckling beroende av intressenternas förtroende (Westermarck 2013). Det blev därmed vedertaget att organisationer påverkas av sin omgivning (Eriksson-Zetterquist 2009).

2021 är hållbar utveckling ett begrepp människor dagligen möts av, men frågor kopplade till social- och miljöredovisning har uppmärksammats ända sedan 1970-talet (Frostenson & Helin 2018). Redan 1987 fick hållbar utveckling sin internationella spridning (Globala målen, United Nations Development Programme [UNDP] 2017). Hållbarhet är ett begrepp med en tämligen bred definition som vid första anblick ger upphov till ett flertal tankar och idéer. En av de vanligast förekommande definitionerna på hållbar utveckling är “balansen mellan att tillfredsställa dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjlighet att tillfredsställa sina behov” (ibid.). För långsiktigt hållbarhetstänkande har detta i sin tur lett till att näringslivet har fått idéer och förslag på ett dokument som sätter företag i ett intressentsammanhang (Frostenson & Helin 2018). Att upprätta en hållbarhetsredovisning blev därmed ett kommunikativt sätt för företag att förmedla sitt hållbarhetsarbete till intressenterna.

Begreppet hållbarhetsredovisning är en översättning av det engelska begreppet “sustainability reporting”. Vidare förklarar Frostenson och Helin (2018) att den närmaste definitionen som finns är att det är en ram för att redovisa de aspekter i företagets verksamhet som rör det ekonomiska, sociala och miljömässiga. Detta är inget nytt fenomen utan har funnits sedan 1950-talet. Förändringen rörande fenomenet är att dess betydelse har fått mer uppmärksamhet under de första två decennierna 2000-tal (Rimmel et al. 2018). Fenomenet har utvecklats från filantropi och att frivilligt ge information till en ökad reglerad hållbarhetsredovisning (ibid.). Termen filantropi innebär att företaget med eget initiativ väljer att göra det för att förbättra sin omgivning och miljö. Ahmad, El Serafy och Lutz (1989) förklarar att detta utförs utan omvärldens yttre påverkningar. Därmed är hållbarhetsredovisning idag ett etablerat begrepp inom näringslivet som kompletterar den finansiella redovisningen. Det innebär en mätning och rapportering av samhällsansvarstagandet hos företag med målet att sträva efter hållbar utveckling (Frostenson & Helin 2018). Enligt Lozano, Nummert och Ceulemans (2016) framhäver tidigare forskning att hållbarhetsredovisning är en drivkraft för företagens hållbarhetsarbete. De menar att hållbarhetsredovisning är ett viktigt framsteg i kampen för en hållbar utveckling. Vidare beskriver Westermark (2013) att hållbarhetsrapporterna syftar till att företag kan förmedla sitt arbete med CSR. En redovisning om hur företags arbete, mål och aktiviteter förhåller sig till hållbarhet.

I utvecklingen mot en global hållbar ekonomi har genom framtagningen av det internationella ramverket Global Reporting Initiative (GRI) i Sverige framkommit nya riktlinjer för CSR och hållbarhetsrapportering. Enligt Borglund et al. (2017) är GRI den mest etablerade standardorganisationen. Syftet med GRI är att skapa ett samspel mellan faktorerna ekonomisk, miljömässig och social hållbarhet. Därmed sätts en standard för att rapporterna ska förmedla en helhetsbild som implementerar hållbarhet (ibid.).

Idén till grundandet av GRI uppkom redan i slutet av 1900-talet. Genom en ökad efterfrågan från investerare och aktieägareaktivism om företags miljöprestanda och socialt ansvarstagande växte volymen av hållbarhetsinformation exponentiellt. Där uppkom initiativet till att skapa en organisation med fokus på ett ramverk för hållbarhetsredovisning (Rimmel et al. 2018). I Boston, USA 1997 grundades GRI med målet om att skapa: “En gemensam grund för att bygga ett stringent ramverk för hållbarhetsrapportering som kan anknyta ihop och förena olika rapporteringsstandarder och riktlinjer” (ibid. s. 149). Detta för att skapa ett globalt ramverk för frivillig rapportering av ekonomiska, miljömässiga och sociala dimensioner. Den ekonomiska rapporteringen omfattar företagets eller organisationens påverkan på samhället och visar på kapitalflöde mellan olika intressenter. Den miljömässiga rapporteringen avser företagets inverkan på naturen och redogör för hur företaget arbetar med resurser såsom material, energiförbrukning och vatten. Den sociala rapporteringen ger information avseende organisationens påverkan på de sociala system de verkar i (Rimmel et al. 2018). Det övergripande synsättet av GRI:s uttryck i riktlinjerna baseras på två fundament. Det ena är att det är ett eget beslut om ansvarstagande hos företag för kampen om en hållbar utveckling. Det andra gäller en medverkan från intressenter hos företag som utgör grunden för företagets strategi för kampen om en hållbar utveckling (Westermarck 2013).

Utifrån GRI:s förslag fastställde svensk lagstiftning sent 2007 ett lagkrav för statligt hel- eller delägda bolag. Kravet innebar att från och med räkenskapsår 2008 hållbarhetsrapportera enligt GRI (Frostenson & Helin 2018). Mot bakgrund av detta har det framkommit en uppdatering av årsredovisningslagen (ÅRL) 2016 till följd av ett nytt EU-direktiv (PwC 2016). En viktig ambition för EU har under lång tid varit att skapa likvärdiga villkor för företag i medlemsländerna. Beroende på vilket medlemsland företaget varit verksam i har villkoren varit olika. I Sverige resulterade

direktivet i lagändringar av årsredovisningslagen (ÅRL). Detta som en följd av EU:s så kallade “ändringsdirektiv” från 2014 (2014/95/EU). Ändringen innebar ett lagkrav på hållbarhetsrapportering som en högre andel svenska företag omfattas av (Frostenson & Helin 2018). Lagen om hållbarhetsrapportering återfinns i 6 kap. 10–14 § i ÅRL (SFS 1995: 1554). Där enligt 6 kap. 10 § ÅRL (SFS 1995:1554) lagkravet gäller svenska bolag som uppfyller mer än ett av följande villkor (under de två senaste räkenskapsåren): 350 mkr i nettoomsättning, 175 mkr i balansomsättning och 250 anställda. Detta lagkrav började först tillämpas under kalenderår med start 1 januari 2017 och kom att påverka ungefär 2000 företag som uppfyllde kriterierna för obligatorisk hållbarhetsrapportering (Svensk handel 2016; Frostenson & Helin 2018). En lagstadgad hållbarhetsrapportering syftar till att förbättra relationen mellan företag och dess intressenter. Detta genom att göra information om hur företag arbetar med hållbarhetsfrågor mer transparent och jämförbar (ibid.). Enligt 6 kap. 12 § ÅRL ska hållbarhetsrapporterna innehålla “upplysningar som behövs för förståelsen av företagets utveckling, ställning och resultat och konsekvenserna av verksamheten, däribland upplysningar i frågor som rör miljö, sociala förhållanden, personal, respekt för mänskliga rättigheter och motverkande av korruption” (SFS 1995:1554).

Därmed framgår det tydligt att hållbar utveckling onekligen är ett mångfacetterat begrepp och kan ta sig i uttryck på många olika sätt beroende på vilket bransch det frågas om. I denna studie kommer fokus att ligga på modebranschen som European Environment Agency (2020) betonar är den fjärde största industrin inom konsumtion i Europa. De förklarar vidare att det endast är mat, bostäder och transport som är större. Modebranschen är en bred bransch som kan inkludera områdena agentur, partihandel/grosshandel, butikshandel, distans- och e-handel samt tillverkning. Denna struktur har sammanställts i enlighet med Swedish Fashion Association, TEKNO, Svensk Handel Stil, Borås Stad, Swedish Fashion Council och Trade Partners Sweden. Tillsammans sammanställer de statistiska rapporter över den svenska modebranschen. I samarbete med Volante Research och medverkande aktörer i modebranschen menar de att denna struktur ska hålla över tid för att underlätta jämförelse mellan olika år (Midby & Sternö 2019).

Det finns ett legitimitetsgap som innebär att företag inom modebranschens samhällsansvartagande inte överensstämmer med samhällets förväntningar (Haniffa & Cooke 2005).

Samhällsansvarstagande förstås i allmänhet som det sätt genom vilket ett företag uppnår en balans mellan ekonomiska, miljömässiga och sociala krav (Löhman & Steinholtz 2003). Därmed är modebranschen en industri som har kritiserats hårt för sin enorma klimatpåverkan med dess produktionsfas. Denna bransch belyser Scherman (2019) avger mer avgaser än flygbranschen och sjöfarten tillsammans. Något som i sin tur Dahlerus (2014) även påpekar, att industrin är en av de mest förorenande branscherna och står för upp till tio procent av de globala utsläppen av växthusgaser. Närmare 92 miljoner ton avfall skapas årligen vid klädproduktion. Vidare belyser även Zhao (2020) hur modebranschen är en av världens största branscher gällande utsläpp. Hela kedjan från produktion till konsumtion ger detta. Joy, Sherry Jr, Venkatesh, Wang och Chan (2012) förklarar att det inom modebranschen exempelvis finns ett segment som benämns ”fast fashion” vilket har en förmåga att efterlikna lyxiga klädmärken. Fast fashion innebär ett lågt pris, men med en hög omsättningshastighet. Samtidigt finns det även stora problem inom sociala områden där Clean Clothes Campaign (u.å.) berör några av dessa problem som exempelvis gäller osäkra arbetsplatser och fattiglöner.

1.2 Problematisering

Flera stora svenska företag inom modebranschen har producerat hållbarhetsrapporter redan innan lagändringen. Fram till 2017 var det frivilligt hos företag att hållbarhetsredovisa. En konsekvens med frivillig hållbarhetsredovisning som Chen och Chang (2013) beskriver är att många företag hållbarhetsredovisade för kommersiellt syfte. De menar att företag producerade hållbarhetsrapporter som en strategi för att få konkurrensfördelar. Detta med motiven om att bland annat stärka företagets varumärke och strävan efter legitimitet (ibid.). I en bransch som modebranschen där intressenter ifrågasätter och sätter press på företagets sociala ansvarstagande blev rapporterna en strategi (Goworek 2011). De stärkte företagets legitimitet genom att tillgodose sina intressenters behov i form av CSR-rapporter (ibid.). Med avsikten av reglering kunde företag undanhålla information som hade varit negativ för företagets rykte utifrån ett intressentperspektiv (Fuchs, Kalfagianni, Clapp & Busch 2011). Därmed är hållbarhetsredovisning i sig endast ett medel för kampen för en hållbar utveckling. Men när företag genuint inte vill agera hållbart blir problematiken att hållbarhetsrapporterna inte verkar förbättra företagets hållbarhetsarbete (Landrum 2017). Även Arvidsson (2019) diskuterar varför frivillig hållbarhetsrapportering under åren har blivit så kritiserad. Hon förklarar vidare att kritiken ibland

skiftar, men att den är centrerad kring relevansen, trovärdigheten och jämförbarheten gällande den hållbarhetsinformation som redovisas.

När det blev lagstadgat för företag att hållbarhetsredovisa försvann det kommersiella motivet ur bilden. Med obligatorisk hållbarhetsredovisning ligger syftet i att skapa likvärdiga villkor för företag som påverkas av lagkravet (Frostenson & Helin 2018). Därmed blir informationen om hur företag arbetar med hållbarhetsfrågor mer öppen och jämförbar (ibid.) Dock föreligger det ett trovärdighetsgap mellan företag och dess intressenter. Trots lagkravet på hållbarhetsredovisning finns det en inkonsekvens vad gäller företagets redovisning av hållbarhetsinformation i jämförelse till deras verkliga hållbarhetsarbete (Giorgio & Christian 2019). Detta anses även problematiskt då det visar brist på företagets plikt att följa och förhålla sig till de lagar och regler som är stiftat i det samhälle de verkar i. Vidare har införandet av regleringen bidragit till debatt om lagen har gett en förbättrad eller försämrad kvalitet på hållbarhetsrapporterna. Därmed har diskussioner uppstått kring vad som definierar kvalitet på hållbarhetsrapporterna.

Kvalitet är ett komplext ämne med ett multidimensionellt och subjektivt begrepp som i olika sammanhang får olika betydelse (Mion & Loza Adai 2019). I en studie av Helfaya, Whittington och Alawattage (2019) definieras begreppet kvalitet som “the completeness, accuracy and reliability of environmental disclosure”. Därutöver, i enlighet med GRI 101 Foundation, finns det sex principer som kan definiera kvalitet: noggrannhet, balans, tydlighet, jämförbarhet, pålitlighet och aktualitet (GRI 101 2016). Loza Adai (2020) menar att det kan vara något som gör att enighet inte uppnås gällande definitionen av kvalitet samt det som karakteriserar vad kvalitet innebär. Vidare sammanfattar han att det finns mängder av olika sätt att mäta kvalitet och att det utgör problem som redan har nått de som skapat gällande standarder. Den definition Loza Adai (2020) använder sig av när han studerar hållbarhetsrapporternas kvalitet i sin studie, är att kvaliteten kan kopplas till tre kategorier: trovärdighet, innehåll och kommunikation. Detta efter att ha samlat ihop data från tidigare forskning inom området och därefter utformat en egen mätmetod för kvalitet. Den första kategorin trovärdighet har även Moses, Che-Ahmad och Abdulmalik (2020) riktat in sig på gällande kvaliteten på hållbarhetsrapporter. De berör både trovärdighet och transparens som något viktigt vid definiering och studier angående kvaliteten på hållbarhetsrapporter. Något de menar avgör kvaliteten är till viss del granskning av extern oberoende part.

I Sverige har kravet på obligatorisk hållbarhetsrapportering enbart funnits i ungefär fyra år (Civilutskottet 2016). Detta innebär en således bristande forskning inom området kring vilka förändringar lagkravet har gett på kvaliteten. EU lade fram direktivet 2014/95/EU år 2014 vilket har givit blandade studier från olika länder. Den forskning som har gjorts på området visar på stor oenighet huruvida kvaliteten har minskat eller ökat (Mion & Loza Adai 2019). Dock framkommer det i enlighet med Mion och Loza Adai (2019) som undersökte 76 företag från Italien och Tyskland en ökad kvalitet på rapporterna efter regleringen. Att ha i åtanke är att undersökningen är baserad på en jämförelse mellan företag från olika länder under ett och samma år. Det är inte fastställt huruvida införandet av lagregleringen är det som lett till en högre kvalitet på hållbarhetsrapporterna (ibid.). Venturelli, Caputo, Cosma, Leopizzi och Pizzi (2017) har även de studerat italienska företag, där några är multinationella, och dess kvalitet på frivilligt och obligatoriskt producerad hållbarhetsinformation. I likhet med Mion och Loza Adai (2019) kom de fram till att lagregleringen bör förbättra hållbarhetsrapporters kvalitet.

Vidare menar Tillväxtanalys (2018) att de inte kan se någon påverkan på svenska företags hållbarhetsrapporter i samband med lagregleringen. De har uppmärksammat att svenska hållbarhetsrapporter går mot ett allt mer enhetligt utförande medan utländska företag snarare har en negativt svag utveckling. Denna trend som Tillväxtanalys (2018) inte ser brytas trots regleringar leder dem vidare till en önskan om att utvärdera detta några år efter implementeringen av obligatorisk hållbarhetsredovisning. Fortsättningsvis betonar de hur betydelsefullt det är att ha kunskap om lagkravet har gett önskad effekt: ökad öppenhet och jämförbara hållbarhetsrapporter. Förutom förhoppningen att bidra till öppenhet och jämförbarhet nämner Tillväxtanalys (2018) även att direktivet förväntas ge lika villkor för alla företag i EU.

Denna studie ämnar därmed att söka en förståelse om företag inom modebranschen efter lagregleringen. Frågan är om svenska modeföretag har åtnjutit någon förändring avseende kvaliteten på hållbarhetsrapporterna. Stor oenighet råder inom forskningen och många har utifrån sina studier uttalat sig huruvida lagregleringen kommer att leda till förändring eller inte (Mion & Loza Adai 2019; Venturelli et al. 2017; Tillväxtanalys 2018). Begreppet kvalitet kommer framåt i studien att definieras i enlighet med Loza Adai (2020) som trovärdighet, innehåll och kommunikation. Detta då Loza Adai (2020) grundar sina kategorier i en mängd tidigare

samanställd forskning på området. Dessa kategorier har i sin tur underkategorier vilka definieras enligt Helfaya, Whittington och Alawattage (2019). Trovärdighet kopplas till miljögranskning. Kommunikation är en kategori bestående av informationsbehandling och granskning hos företag. Slutligen är innehåll den kategorin som är det medium av informationstyp företag levererar till sin omvärld (ibid.).

1.3 Syfte och frågeställning

Syftet med studien är att undersöka begreppet kvalitet på hållbarhetsrapporter. Av intresse ämnar studien undersöka huruvida en förändring av kvaliteten har uppkommit i större svenska modeföretags hållbarhetsrapportering. Denna förändring kommer att undersökas i samband med lagregleringen av hållbarhetsrapporter och jämföras med flera års hållbarhetsrapporter. Studien önskar därmed uppnå en fördjupad kunskap om till vilken grad lagändringen har påverkat företagens hållbarhetsredovisning i Sverige.

- Hur har kvaliteten på modeföretags hållbarhetsrapporter påverkats när de blev lagstadgade att upprättas?

1.4 Avgränsning

Studiens avgränsning är, förutom att det gäller svenska företag i modebranschen, även att de ska uppfylla kriterierna för obligatorisk hållbarhetsrapportering. Hållbarhetsrapporterna kommer att hämtas från åren 2016–2019, både integrerade samt separata.

2. Teoretisk referensram

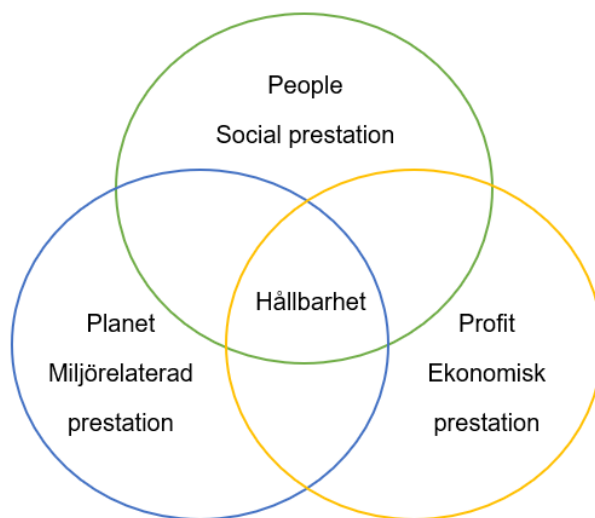
Avsnittet syftar till att introducera de teorier och centrala begrepp som är relevanta för studien. De teorier och centrala begrepp som i analysen kommer att refereras till är triple bottom line, institutionell teori, intressentteorin, signalteori samt GRI. Den tidigare forskning som tas upp berör modebranschen, frivillig och obligatorisk hållbarhetsredovisning samt kvalitet i hållbarhetsredovisning.

2.1 Teorier och centrala begrepp

2.1.1 Triple Bottom Line

CSR definierar företagens samhällsansvar och beskriver hur företagen ska ta ansvar för hur de påverkar samhället ur såväl ett ekonomiskt, miljömässigt som socialt perspektiv (Westermarck 2013). För att närmare förstå CSR går det att tillämpa triple bottom line (TBL) för att kategorisera centrala samhällsfrågor kring hållbarhet utifrån följande aspekter: ekonomiska, miljömässiga och sociala.

TBL är ett ramverk för hållbarhet som kan beskrivas som länken eller övergången mellan finansiell redovisning och hållbarhetsredovisning. Rimmel et al (2018) förklarar vidare att denna teori myntades av John Elkington 1994. Han gjorde ett försök att skifta fokus från “one bottom line” som enbart har fokus på den finansiella redovisningen till att istället rikta fokus på ett mer omfattande investeringsresultat. TBL omfattar tre dimensioner: det ekonomiska (profit), det sociala (people) och de miljörelaterade mätningar (planet) som finns (ibid.). Denna teori syftar till att mäta och redovisa företagets prestationer utifrån dessa tre dimensioner. Med målet att företag bör lägga lika stor vikt vid alla tre komponenterna: profit, people och planet (Westermarck 2013).



Figur 1: TBL, egengjord figur utifrån Westermarck (2013)

Rimmel et al (2018) förklarar att den ekonomiska dimensionen handlar om företagets ekonomiska resultat och kassaflöde. Det är en dimension som handlar om att företagets CSR-arbete på lång sikt ska vara lönsamt och detta inkluderar både finansiella och icke finansiella indikatorer. De finansiella indikatorerna är exempelvis ekonomisk prestation, marknadsdeltagande, avkastning på investeringar etcetera. Därtill finns de icke finansiella indikatorerna såsom leverantörsrelationer, produktkvalitet etcetera (ibid.).

Vidare menar Rimmel et al (2018) på att den sociala dimensionen handlar om företagets relation till sin omvärld. Denna relation avser hur företaget knyter an till den sociala miljön de arbetar i med fokus på de mänskliga resurserna. Det finns olika indikatorer som kan studeras i samband med den sociala dimensionen såsom korruptionsbekämpning, arbetsförhållande, mänskliga rättigheter och jämställdhet (ibid.).

Den miljömässiga dimensionen avser företagets samverkan och påverkan på den ekologiska miljön. Fokus ligger här på hur företaget använder sig av samt påverkar naturresurserna och därmed planeten. Det finns mycket som kan påverka planeten där bland annat fokus ligger på företagets ansvarstagande av sin avfallshantering, vattenförbrukning, energiförbrukning samt sina utsläpp (Wilson 2015).

Studiens syfte har fokus på kvalitet i enlighet med definitionen av Helfaya, Whittington och Alawattage (2019). Där trovärdighet möjliggör en mätning över miljöindikatorerna. Innehåll med fokus på de mänskliga resurserna och om rapporterna följer en likartad struktur. Därtill kommunikation med fokus på företagets relation till sin omvärld (ibid.). TBL kommer därför att användas som en förklaringsmodell i de kategorier studien använder för att studera kvaliteten. Trovärdighet som framåt i studien avser mäta företagets samverkan och påverkan på den ekologiska miljön: om företagets ansvarstagande över sitt avfall, utsläpp, vattenförbrukning och energiförbrukning. Innehåll med fokus på de sociala åtgärder och mänskliga resurserna: säkerhet och hälsa, korruptionsbekämpning och arbetsförhållande med tillägg hållbarhetsstrategi. Därutöver kommunikation med enbart fokus på de icke finansiella indikatorerna om den ekonomiska dimensionen inom TBL: intressentinkludering, intressentdialog, samhällsrelation, med tillägg läsbarhet.

2.1.2 Institutionell teori

Institutionell teori belyser hur handlande i organisationer följer det som tas för givet. Denna teori handlar om hur organisationer påverkas av sin omgivning som består av andra organisationer. Därmed hur organisationer kommer att följa regler såväl formella som informella, snarare än att följa rationella sätt att handla (Eriksson-Zetterquist 2009). Vidare förklarar institutionell teori varför företag inom ett visst område eller bransch tenderar att agera likadant. Enligt Eriksson-Zetterquist (2009) används denna teori till att förklara varför olika organisationsformer anammas av olika företag för att uppfattas mer legitima. Organisationer förändras och succesivt utvecklas till stabila enheter. Därmed syftar institutionell teorin till förklaringen av hur organisationer påverkas av andra organisationer, och hur de tar sig till idéer om förändring. Likaså hur organisationer i sin tur påverkar omgivningen. Denna teori är ett alternativ till det vanliga antagandet om organisationen som ett rationellt verktyg (ibid.).

Ett centralt begrepp inom institutionell teori som ger förståelse av hur organisationer tenderar att bli alltmer lika varandra i formen är "isomorfism" (Eriksson-Zetterquist 2009). Detta är något som DiMaggio och Powell (1983) förklarar vara processen som uppstår när institutionaliseringen övergår till en mognadsfas. Vidare definieras detta enligt Eriksson-Zetterquist (2009, s. 78), som "a constraining process that forces one unit in a population to resemble other units that face the

same environmental conditions”. Isomorfism delas in i tre kategorier: tvingande, imiterande och normativ isomorfism (ibid.).

Tvingande isomorfism är de tvingande krafter som uppkommer från både formell och informell press utövat mot organisationer av andra organisationer de är beroende av (DiMaggio & Powell 1983). Allt från politiska påtryckningar och stadens sätt att bidra med reglerande översikter och kontroller till samhällets kulturella förväntningar (Eriksson-Zetterquist 2009). Enligt DiMaggio och Powell (1983) är grunden till dessa påtryckningar aktörers beroendeställning till varandra. Där exempelvis en formell press kan vara att staten utgör en stark organisation då den påverkar genom lagstiftning. Likt olika krav och bestämmelser som formar årsrapporter och andra finansiella rapporter (Eriksson-Zetterquist 2009). Medan exempel på informell press kan vara intressenternas krav på företag vad gäller etik och moral (ibid.).

Imiterande isomorfism omfattar vanemässiga svar på osäkra situationer. Där osäkerhet i sig är en situation som driver organisationer att imitera andra (Eriksson-Zetterquist 2009). Enligt DiMaggio och Powell (1983) bygger den imiterande isomorfism som syftar till organisationens tendens att efterlikna varandra främst på osäkerhet. Med imiterande isomorfism kan organisationer välja att efterlikna de väl etablerade organisationer som framstår som framgångsrika. Detta underlättar för de mindre framgångsrika organisationerna då de själva slipper hitta på egna innovationer och lösningar till olika problem. Det utgör även en ökad stabilitet, tid- och kostnadsbesparing (Eriksson-Zetterquist 2009). Den imiterande isomorfism är något DiMaggio och Powell (1983) beskriver med uttrycket “modellera”; nya organisationer modelleras efter gamla. Chefer söker efter framgångsrika modeller och de stora organisationerna använder en relativt snäv uppsättning av konsultfirmor. Detta leder till att homogenitet uppkommer. Organisationer strävar ofta efter mångfald, förnyelse och exklusivitet, men trots det finns det relativt få antal organisationsmodeller att välja mellan (Eriksson-Zetterquist 2009).

Normativ isomorfism berör professionalisering och kommer från inflytandet av professioner och utbildningar som påverkar vad som är det rätta sättet att göra saker. Med professionalism avses i detta sammanhang ett visst yrkes medlemmars gemensamma strävan. De definierar därmed tillsammans vilka metoder och förhållanden som ska gälla för deras yrke. Bland annat hur chefer

organiserar och hanterar sina anställdas produktion (Eriksson-Zetterquist 2009). De normativa krafterna hänvisar till tryck som orsakas av yrken. Vidare beskriver DiMaggio och Powell (1983) hur trycket kommer från olika grupper att implementera vissa regler och normer. Dessa bemöter våra värderingar och vårt sociala värde. Exempelvis genomgår individer i samma organisationsområde likadan förväntande socialisering. Den kan gälla allt från förväntningarna om deras beteende, klädsel, ordförråd etcetera (ibid.).

2.1.3 Intressentteori

En teori som poängteras av Rimmel et al. (2018) vara den teori som mest frekvent åberopas om organisationers relation med sin omvärld är intressentteori. Detta är en systemorienterad teori där ett viktigt element för förståelse till denna teori är definitionen av begreppet "intressent". En intressent är en grupp eller en individ som har ett intresse i ett organisationsbeslut eller aktivitet (Borglund et al. 2021). Vidare har begreppet "intressent" en dubbelriktad definition. Med det menas att intressentstatus ska gå i båda riktningar, oavsett i vilken riktning påverkan går ska parten ges status av det (Westermarck 2013). Mer tydligare sagt innebär detta att båda parterna ska dra nytta av intresset oavsett i vilken riktning påverkan går.

Intressentteorin bygger på ett socialt kontrakt och ser samhället i olika kategorier av intressenter. Intressenter klassas som alla som kan påverka organisationen att nå sina mål samt de som organisation kan påverka nå sina mål. (Borglund et al. 2021)



Figur 2: Intressentmodellen, egengjord figur utifrån Rimmel et al. (2018)

Intressentteori är en användbar teori som förklarar gällande hållbarhetsredovisning. Tidigare studier om företags sociala ansvar har återkommande pekat på vikten av intressenter. Det är därför intressant att förstå detta fenomen i relation till de krav och förväntningar som aktörer i ett företags omvärld har (Borglund et al. 2021). När det kommer till hållbarhetsredovisning är detta både en redovisning för intressenter och en redovisning om intressenter. Det är redovisning för intressenter därför att intressenter ska kunna fatta rationella beslut om företaget. Å andra sidan är detta en typ av redovisning om intressenter för att visa på vilka som påverkas av företagets verksamhet (Frostenson & Helin 2018).

Borglund et al. (2021) beskriver intressenter som två olika grupper: de primära och de sekundära. Gruppen primära intressenter består av de intressenter organisationen är fullständigt beroende av som till exempel aktieägare, leverantörer, kunder etcetera. Gruppen sekundära intressenter omfattar istället intressenter som påverkas av organisationens aktiviteter. Detta kan vara intressenter såsom massmedier eller miljöaktivister där organisationens inflytande inte har en direkt anknytning till organisationens överlevnad (Rimmel et al. 2018).

Enligt Westermark (2013) är företags syn på intressenterna en etisk positionering när det gäller hållbar utveckling. Därmed är företags agerande och förhållningsätt till sina intressenter en

utgångspunkt inom intressentteori. Genom att tillfredsställa intressenternas behov kan en organisation skaffa sig konkurrensfördelar gentemot andra organisationer (Rimmel et al. 2018). I samband med hållbarhetsredovisningen är intressenterna därmed användarna av rapporterna. Därför kan intressentteorin exempelvis genom grundläggande komponenter “input” och “output” identifiera vilka roller som intressenterna har samt vilket inflytande dessa har på hållbarhetsrapporterna. Output blir den tillfredställelse och hänsynstagande företag ger till sina intressenter. I utbyte blir input det rykte och förtroende företag bygger hos sina intressenter (Freeman 2010).

Intressentteori kan enligt Rimmel et al (2018) delas upp i två perspektiv: ett normativt och ett positivt perspektiv. Den normativa intressentteorin utgår ifrån etiska och moraliska principer. Där ligger utgångspunkten i att alla intressenter ska bli rättvist behandlade av organisationen. Detta innebär att organisationen ska tillgodose intressenternas krav, oberoende av hur det påverkar organisationen. Detta innebär även att alla intressenter har rätt till att få ta del av information om företaget. Denna information rör frågor som berör hur organisationer påverkar dem och den miljö de verkar i. Dessa frågor kan gälla exempelvis vilka utsläpp organisationen har. Det kan även gälla vilka initiativ som tas för de anställdas säkerhet eller hur organisationen arbetar med rättvisa arbetsvillkor oberoende av anställningsform. Sammantaget svarar detta perspektiv av intressentteori på frågan om “hur organisationen bör agera i givna situationer gentemot sina intressenter (ibid.).

Den positiva intressentteorin handlar om hur organisationer hanterar sina intressenter utifrån makt (Deegan & Unerman 2011). Vidare menar Rimmel et al. (2018) att detta perspektiv av intressentteori beskriver hur organisationer differentierar sina intressenter utifrån den makt och inflyttande de har över organisationen. En utgångspunkt i positiv intressentteori är att ju viktigare intressenten bedöms av organisationen desto bättre ska organisationen tillgodose dennes behov.

2.1.4 Signalteori

Signalteorin uppstår som ett svar på det problem med informationsasymmetri som existerar mellan företag och näringslivet (Rimmel et al. 2018). Informationsasymmetri innebär brist på information.

Det är därför vanligt förekommande i transaktioner där exempelvis den ena parten har mer information om produkten än den andra parten (Johansson, Marton, Pautsch & Johansson 2017).

Signalteori grundar sig i situationer med asymmetrisk spridning av information. Där utgångspunkten ligger i hur pass öppen en organisation är gentemot sina intressenter (Cornelly, Certo, Ireland & Reutzel 2011). Exempelvis kan signalteorin användas som en förklaringsmodell till varför en organisation bestämmer sig för att upprätta en hållbarhetsrapport (ibid.). Motiven är många; bland annat är detta ett kommunikativt sätt för organisationen att signalera trovärdighet och kvalitet. Därmed går det att få ett utbyte av detta i form av förtroende från sin omgivning och samtidigt skaffa sig konkurrensfördelar (Rimmel et al. 2018).

Rimmel et al. (2018, s. 45) beskriver att “en effektiv signal är när mottagaren av signalen kan bedöma om informationen är tillförlitlig och samtidigt kan begripa innebörden”. På samma sätt syftar hållbarhetsredovisningen till att göra information om företags hållbarhetsarbete mer transparent och jämförbar. Detta för att användarna av dessa rapporter, dess “intressenter”, ska kunna bedöma och begripa innebörden (Westermarck 2013).

2.2 Global Reporting Initiative

Global Reporting Initiative (GRI) är en ledande global, icke vinstdrivande organisation som finns till för att främja företags hållbarhetsarbete. Det urval av riktlinjer GRI föreslår fungerar som en normsättare snarare än lagstiftning. Många företag runt om i världen tillämpar dessa riktlinjer i sina hållbarhetsrapporter. Detta för att öka på validiteten i dessa rapporter och inte minst för att underlätta för sina intressenter att ta medvetna beslut (Frostenson & Helin 2018).

De första utkasterna av GRI:s riktlinjer presenterades 1999 inför en grupp bestående av en rad olika organisationer och intressenter. Ett år senare offentliggjordes det första ramverket för hållbarhetsredovisning, nämligen GRI G1. Ramverket GRI G1 vidareutvecklades till att inkludera fler parametrar och nyckeltal vilket resulterade i den andra generationens GRI riktlinje kallad GRI G2. Ramverket för GRI:s riktlinje G2 lanserades i september 2002 och fick ett enormt intresse som växte kontinuerligt 2003–2005. Där började flera multinationella företag från olika branscher över hela världen att tillämpa GRI G2 som sitt rapporteringsverktyg för hållbarhet. Vidare utvecklades

nya versioner av GRI:s riktlinjer de följande åren. Efter det har det uppkommit ramverk för andra generationers GRI-riktlinjer: GRI G3/G3.1 och G4 (Rimmel et al. 2018).

2016 lanserades efterföljaren till fjärde generationens riktlinje, G4. Det som kallas för GRI standards. GRI standards är en serie bestående av standards för hållbarhetsredovisning och har utfärdats av Global Sustainability Standards Board (GSSB). GSSB är en oberoende standardiseringsorganisation skapad av GRI. De har ansvaret över att ta fram globalt accepterade standarder för hållbarhetsredovisning (Rimmel 2018). Dock fortsatte ramverket för den fjärde generationens GRI-riktlinje G4 användas under övergångstiden. Först under andra halvåret av 2018 börja GRI standards att gälla. Skillnaden mellan tidigare generations GRI-riktlinjer och GRI standards ligger i grundstrukturen. Både strukturellt och innehållsmässigt har en utveckling därmed skett (Frostenson & Helin 2018).

GSSB, det organ inom GRI som ansvarar för att sätta och uppdatera standarder, tog fram en uppsättning rapporteringsstandarder som går under tre övergripande standarder: GRI 101, 102 och 103. GRI 101 Foundation innehåller information om hur en hållbarhetsredovisning upprättas inklusive principerna bakom redovisningen. Principerna inom ramen för GRI 101 Foundation är sammanlagt tio och de delas in i två kategorier: innehåll och kvalitet. Principerna gällande vilket innehåll som ska presenteras i hållbarhetsrapporterna är fyra: intressentinvolvering, hållbarhetskontext eller sammanhang, fullständighet och väsentlighet. Följaktligen resterande sex principer är vägledande för att behandla hur kvaliteten på informationen i hållbarhetsrapporterna uppnås. Dessa innefattar: noggrannhet, balans, tydlighet, jämförbarhet, pålitlighet och aktualitet (tid) (Frostenson & Helin 2018; GRI 101 2016).

GRI 102 General Disclosures berör generella upplysningar om den rapporterade organisationen såsom branschspecifika ämnen företaget påverkas av. Understandarderna inom ramen för GRI 102 General Disclosures numreras utifrån om det avser ekonomi (200-serien), miljö (300-serien) eller sociala frågor (400-serien) (Borglund et al. 2021; GRI 102 2016).

Den standard som heter GRI 103 Management Approach rör identifikation av materiella frågor med hållbarhetspåverkan och hur dessa styrs. En identifikation gällande hur företag arbetar med

styrning av olika frågor och aspekter som anses väsentliga av företag ur ett hållbarhetsperspektiv. Detta innebär med andra ord att företag rapporterar relevanta information vad gäller deras mål och resultat men där de även inkluderar misslyckande faktorer (GRI 103 2016).

2.3 Tidigare forskning

2.3.1 Hållbarhetsredovisning i modebranschen

Modebranschen hamnar allt mer i fokus där hållbarhet och företagens sociala, ekonomiska och miljömässiga påverkan diskuteras (Feng & Ngai 2020). Få studier finns som har utforskat modebranschens hållbarhetsrapportering och de flesta har fokuserat på tvärsnittsanalyser av vissa regioner. Därför valde Feng och Ngai (2020) att studera longitudinellt för att försöka förstå vilka ändringar företagen har genomgått i sitt hållbarhetsarbete 2013–2016. För att undersöka detta studerade de 21 globala moderföretag där deras definition av modeföretag benämns som företag som inte enbart säljer kläder utan även designar och tillverkar dem. Av att analysera totalt 43 hållbarhetsrapporter kom de fram till att miljöfrågor oftare kommunicerades än arbetsmetoder. Feng och Ngai (2020) menar att detta är tvärtemot tidigare studier. Vidare diskuterar de resultat som är konsekventa med tidigare studier. Där har de studerat modeföretagens hemsidor och noterat att företagen har gått från ett reaktivt tillvägagångssätt till ett proaktivt tillvägagångssätt. Med det menas att företagen har skiftat fokus från förebyggande av föroreningar till att främja hållbara metoder. De diskuterar slutligen att de noterade ändringarna beror på den ökande granskningen av intressenter och konkurrenter av olika slag.

2.3.2 Frivillig och obligatorisk hållbarhetsredovisning

Kring EU-direktivet som ändrade förutsättningarna för hållbarhetsrapportering har det studerats en hel del. Studierna är spridda och berör exempelvis faktorer såsom kvalitet och företags reaktioner kopplat till både lagar och kultur (Aureli, Salvatori & Magnaghi 2020; Chang, Amran, Iranmanesh & Foroughi 2019). Aureli, Salvatori och Magnaghi (2020) fokuserar i sin studie på de institutionella perspektiven gällande övergången från frivillig hållbarhetsrapportering till obligatorisk hållbarhetsrapportering. I sin studie har de utfört en jämförande analys mellan olika länder där det sedan tidigare finns skillnader i hur CSR betraktas och praktiseras. De länder i studien där CSR historiskt har spelat en liten roll är i Rumänien och Bulgarien. Motsvarande länder i studien där CSR historiskt har spelat en stor roll är Frankrike, Belgien och Storbritannien. Syftet med studien var att undersöka huruvida den institutionella pressen av EU mot en harmonisering

har lett till ett liknande beteende i medlemsländerna. Aureli, Salvatori och Magnaghi (2020) menar att tidigare studier som använt sig av institutionell teori inte har kommit fram till något gemensamt svar samtidigt som forskningen alltså förutsätter att EU utför tvingande isomorfism över sina medlemsländer. Resultatet från deras studie visar på skillnader både i hur länderna har valt att införliva direktiven samt i aspekter som EU inte standardiserade i direktiven. Därmed visar Aureli, Salvatori och Magnaghi (2020) på att lokala institutionella skillnader påverkar införandet av EU-direktiven angående obligatorisk hållbarhetsrapportering. Resultatet visar även på att kvantiteten av information kan komma att öka, men att det är sannolikt att de rapporter som produceras inte visar på en förbättring av kvaliteten. Detta då vissa länder till exempel försöker hålla nere kostnaderna och har möjlighet att göra det på grund av flexibiliteten som ges av EU.

Studier gällande kvaliteten på hållbarhetsrapporter har utförts över hela världen. En del studier har till exempel fokuserat på europeiska länder som antingen har väl utvecklade ekonomier eller som ligger långt efter där EU-direktivet 2014/95/EU ligger till grund (Aureli, Salvatori & Magnaghi 2020; Carungu, Di Pietra & Molinari 2020; Doni, Bianchi Martini, Corvino & Mazzoni 2019). Vidare finns det de som har andra infallsvinklar än EU-direktivet gällande frivillig och obligatorisk hållbarhetsrapportering (Al-Shaer 2020). Andra studier har skiftat fokus från Europa och istället studerat olika typer av länder i både Asien och Sydamerika (Correa-Garcia, Garcia-Benau & Garcia-Meca 2020; Loza Adai 2020; Moses, Che-Ahmad & Abdulmalik 2020). Det finns även de studier som har jämfört länder över hela världen (Chang, Amran, Iranmanesh & Foroughi 2019). EU-direktivet och dess vilja till harmonisering av hållbarhetsrapporter har därmed utvecklats från ett fenomen världen över.

Obligatorisk och frivillig hållbarhetsrapportering är inte något endast EU har införlivat. Loza Adai (2020) visar på att det är något som sprider sig runt hela världen. Han har studerat effekten av kvaliteten på peruanska hållbarhetsrapporter efter att dessa har reglerats av lag. I studien har Loza Adai (2020) använt sig av en kvalitativ innehållsanalys för att studera 81 olika hållbarhetsrapporter mellan åren 2014 och 2016 publicerade av 27 olika företag. Studien visar även på att företagen efter lagreglering av obligatoriska hållbarhetsrapporter minskade granskningen av extern oberoende part vilket i sin tur leder till en minskad trovärdighet. Även om Loza Adai (2020) studerar peruanska företag drar han kopplingar till implementeringen av EU-

direktivet avseende obligatorisk hållbarhetsrapportering. Han menar på att många studier har gjorts i framför allt Spanien, Italien, Tyskland och Polen, och sammanfattar att det inte råder konsensus gällande effekterna på kvaliteten. En anledning till detta anser han kan vara att det finns otroligt många olika sätt att definiera och mäta kvalitet. Loza Adai (2020) delar upp sin mätning av kvalitet i tre olika dimensioner: trovärdighet, innehåll och kommunikation. Det han kom fram till var att förbättringen av kvalitet skedde oavsett lagregleringen. Detta diskuterar han kan bero på isomorfism och dess kraft att få företag att ändå förbättra hållbarhetsrapporterna. Vidare menar Loza Adai (2020) att företag som verkar i miljökänsliga branscher visar på en högre kvalitet gällande hållbarhetsrapporterna. Dessa företag investerar även mer på trovärdighet troligen för att nå legitimitet i samhället.

En av de många studier från Europa är en studie Doni, Martini, Corvino och Mazzoni (2019) utförde med fokus på kvantitet och kvalitet på icke-finansiella information. Studien visar resultat från Italien huruvida den frivilliga icke-finansiella rapporteringen innan EU-direktivet trädde i kraft påverkade nivån av efterlevnad när rapporteringen blev obligatorisk. De inkluderade 60 italienska börsföretag Genom att tillämpa en innehållsanalys och efterföljande statistik fann de att studiens alla företag började använda sig av GRI Standards. Att de italienska företagen valde att tillämpa GRI Standards när de skulle börja upprätta obligatoriska hållbarhetsrapporter kan leda till positiv påverkan på kvaliteten och trovärdigheten. Vidare diskuterar de att skiftet från frivillig rapportering till obligatorisk rapportering kan komma att förbättra företagets informationssystem samt deras utförande.

2.3.3 Kvalitet och hållbarhetsredovisning

Både definitionen av kvalitet samt vad som påverkar och hur är något som det i tidigare studier råder stor oenighet om. Carungu, Di Pietra och Molinari (2020) menar på att bevisen pekar mot både positiva effekter och negativa effekter. Deras studie grundar sig i användandet av institutionell teori där de använder sig av isomorfism för att förklara eventuella effekter av en reglering gällande upprättandet av hållbarhetsrapporter. Kopplingen Carungu, Di Pietra och Molinari (2020) gjorde till isomorfism var att de betonade obligatorisk hållbarhetsredovisning vara bunden till tvingande och normativ isomorfism medan frivillig implementering av hållbarhetsrapportering var bunden till imiterande isomorfism. Målet med deras studie var att

jämföra kvaliteten på den icke-finansiella rapporteringen i Italien före deras lagändring i enlighet med EU-direktivet med rapporteringen efter lagändringen. Kvaliteten definierade de utifrån en mängd punkter. IASB:s principer, kraven som både EU-direktiven samt de italienska lagarna införde, GRI riktlinjer och standards med dess G4-principer samt tidigare studier låg som grund. Sammanfattat studerade de kategorier som förståelse, jämförbarhet, väsentlighet, kommunikativ, pålitlighet, klarhet och noggrannhet. De jämförde 92 företags icke-finansiella rapportering och kom fram till att kvaliteten inte ökade när företagen gick från att frivilligt rapportera till att obligatoriskt rapportera icke-finansiell information. Det de kom fram till som ligger i linje med den normativa och tvingande isomorfismen är att de företag som valde att konsolidera rapporterna med årsredovisningen även valde att publicera ytterligare hållbarhetsdokument. Dessa företag anser Carungu, Di Pietra och Molinari (2020) ha förståelse för de lagliga kraven och att det är därför de väljer att publicera ytterligare icke-finansiell information. Samtidigt som de kan koppla sina fynd från de obligatoriska rapporterna till både normativ och tvingande isomorfism, menar de att kvaliteten och dess uteblivna effekt beror på att företagen tidigare har tillämpat imiterande isomorfism.

2.3.4 Sammanfattning

Sammanfattningsvis menar de olika studierna i den tidigare forskningen att kvaliteten både har och inte har förbättrats. Forskningen gjord i frågan ställer sig oeniga till huruvida kvaliteten på företags hållbarhetsrapporter verkligen har förbättrats eller inte. I tabell 1 finns den tidigare forskningen sammanfattad där det kort redogörs för varje nämnd studies syfte, urval, inriktning, vilken definition de har använt sig av för kvalitet, dess metod, slutsats samt deras förslag på framtida studier.

Tabell 1: Sammanställning av tidigare forskning och dess slutsatser.

Studie	Syfte	Urval	Definition av kvalitet	Metod	Slutsats	Förslag på framtida studier
Loza Adai (2020)	Nya regleringar infördes i Peru 2015. Studien undersöker hur kvaliteten har påverkats av dessa regleringar.	Hållbarhetsrapporter publicerade 2014–2016 av 27 företag som inkluderas i S&P/BVL Peru General Index.	23 indikatorer som delas upp i tre dimensioner: trovärdighet, innehåll och kommunikation.	Kvalitativ innehållsanalys där 81 hållbarhetsrapporter analyserades. Innan analysen genomfördes gjordes en pilotstudie på 10 företag.	De såg en ökning på rapporternas kvalitet, men resultatet visade att ökningen skedde oavsett lagreglering.	Vilka effekter olika lagar ger på trovärdigheten i tider då det är obligatoriskt att hållbarhetsrapportera. Även att inkludera fler variabler som eventuellt kan påverka kvaliteten.
Carungu, Di Pietra & Molinari (2020)	Att utforska kvaliteten på icke-finansiell rapportering med fokus kring EU-direktivet 2014/95/EU.	92 italienska företag där icke-finansiell rapportering hämtades från frivillig rapportering 2016 och obligatorisk rapportering 2017.	Studien har valt följande punkter för att undersöka kvalitet: beteckning, sammanställning och citering av rapporten, närvaro av ramverk och egna tematiska kartor, en långsiktig strategi och närvaro av andra hållbarhetsdokument verksamhetsåret 2017.	Huvudsakligen kvalitativ metod baserad både på deduktiva och induktiva ansatser. En kvalitativ innehållsanalys har utförts följt av en jämförelse mellan de olika åren. Även statistik har använts för att stärka den interna validiteten.	Huvudsakligen såg de ingen ökning av kvaliteten när rapporterna gick från att vara frivilliga till att vara obligatoriska. De menar att det finns utrymme för förbättringar av kvaliteten.	Att expandera analysen av kvalitet genom att helt ta hänsyn till de kvalitetsaspekter som finns i riktlinjerna för hållbarhetsrapportering. Även att ta de variabler som finns i denna studie och applicera på andra länder.
Aureli, Salvatori & Magnaghi (2020)	Studera om det av EU-direktivets institutionella tryck mot en harmonisering har uppkommit ett konvergent beteende mellan medlemsstaterna åtminstone i fasen för införlivande.	Fem länder: Rumänien, Bulgarien, Storbritannien, Frankrike och Belgien.	I Europa kom EU-direktivet med krav om att synliggöra information av en viss kvantitet och kvalitet. Denna ligger till grund för deras studie och fokus.	Textanalys av EU-direktivet, både obligatoriska delar samt diskretionära delar. Därefter följde en jämförelse mellan ländernas val av regleringar och EU-direktivet.	En mix av likheter och skillnader mellan nationella regleringar. Kvantiteten ökade, men kvaliteten ändrades inte.	Undersöka om och hur den materiella harmoniseringen tar plats trots skillnaderna i lagarna. Även huruvida moderbolag i starka CSR-länder påverkar dotterbolag i svaga. Slutligen föreslår författarna att studera hur nationella regleringar reflekterar lokala behov.

Artikel	Syfte	Urval	Inriktning	Metod	Slutsats	Förslag på framtida studier
Doni, Martini, Corvino & Mazzoni (2019)	Att utforska huruvida kvantiteten och kvaliteten på den frivilligt upprättade icke-finansiella informationen innan EU-direktivet är sammanlänkat med nivån av efterlevnad när det trädde i kraft.	60 italienska börsföretag där urvalet baserades på tillgänglighet och andra företag som även de måste rapportera enligt direktivet exkluderades.	Att företagen tillämpar en modell samt kan använda sig av GRI Standards flera olika principer.	Manuell innehållsanalys av icke-finansiell information samt utvecklandet av hypoteser.	Alla företag i studien började tillämpa GRI Standards. Den gemensamma tillämpningen kan ge en ökad garanti av kvaliteten. Skiftet från frivillig till obligatorisk rapportering kan förbättra företagets produktion av information och utförande.	Använda metoder för att analysera denna händelse för att verifiera storleken av denna studies resultat.
Feng & Ngai (2020)	Att förstå utvecklingen av hållbarhetsarbetet inom modebranschen.	21 globala modeföretag, 43 hållbarhetsrapporter 2013–2016. Deras definition av modeföretag är de som inte enbart säljer utan även designar och tillverkar kläder.	Huvudsakligen hållbarhetskommunikation. Hållbarhetsarbete och dess problem samt var störst fokus ligger är något som även det behandlas.	Innehållsanalys med statistisk analys. Kodningsschemat baserades på sju kärnteman från 2010:s version av ISO 26000.	Tvärtemot tidigare studier visade resultatet att miljöfrågor låg mer i fokus än arbetsmetoder. I enlighet med tidigare studier fann de att företagets hemsidor numer lyfter främjandet av hållbara metoder.	Enkäter som kan resultera i hur intressenter upplever modeföretagets hållbarhetskommunikation. Även inkludera andra typer av definitioner av modeföretag. Samt hur företag effektivast kan kommunicera sina hållbarhetsrapporter.

3. Metod

Metodavsnittet avser att motivera studiens val att använda sig av en kvalitativ innehållsanalys. Urvalsprocessen beskrivs samt de bortfall som leder till det slutliga urvalet av 14 modeföretag. Avsnittet presenterar både tillvägagångssätt med kodningsschema samt hur detta ska bearbetas.

3.1 Val av metod och design

För att kunna svara på studiens frågeställning anser vi att en kvalitativ metod är tillämplig. Kvalitativmetodik är en forskningsstrategi där tonvikten under insamling av analys och data ligger på tolkningen av ord och sammanhang, snarare än siffror och mätning. Denna metod lämpar sig för att få fördjupade förståelse av ett ämne och avser därför att undersöka komplexa fenomen där kontexten av studien är viktigt för analysen. Förståelsen är menad att generera ny teori. Med andra ord innebär denna metodik att verkligheten studeras utifrån tidigare forskning för att hitta nya teorier och för att få förståelse över ämnet (Bryman & Bell 2017).

Vidare byggs studien på en induktiv forskningsansats, med utgångspunkt att bevisa påstående i form av observationer. Inom induktivism är förutsägelser, förklaringar, antaganden och kunskapens tillförlighet fundamentala. Detta genom att generera ny kunskap baserat på det som har observerats (Alvesson & Sköldberg 2008).

I denna studie undersöks hållbarhetsrapporter från företag inom modebranschen mellan 2016–2019. Därmed den forskningsdesign som lämpar sig vid studier av jämförelse mellan två och flera fall är en komparativ forskningsdesign. Att använda denna forskningsdesign vid en kvalitativ undersökning innebär att beskriva förståelsen av en företeelse i form av en flerfallstudie. Där utgångspunkten för en komparativ methods design ligger i att få fram de undersökta fallens gemensamma och särskiljande drag för vidare analys och förståelse (Bryman & Bell 2017). Vidare leder studiens syfte till en kvalitativ innehållsanalys, då studien utgår från företags årliga hållbarhetsrapporter som är sekundärdata. Därmed att undersöka effekten av lagregleringen med tillhörande jämförelse mellan år (ibid.).

3.2 Tillvägagångssätt

3.2.1 Population, urval och bortfall

Den population studien utgår från är modeföretag i Sverige som 2017–2019 ska uppfylla kriterierna för obligatorisk hållbarhetsrapportering. Året innan lagen började tillämpas, 2016, är kravet att företagen ska producera hållbarhetsrapporter alternativt någon typ av icke-finansiell information. Då upprättandet av lagstadgade hållbarhetsrapporter började gälla för de verksamhetsår som påbörjades efter 1 januari 2017 innebär det att alla företag inte hade sin första lagstadgade 2017 (Bolagsverket 2019). Förutom 2016, är det även rapporter som är upprättade 2016/2017 som räknas som frivilliga. Därmed kommer rapporter 2019/2020 även eftersökas då studien studerar en frivilligt upprättad rapport kontra tre lagstadgade rapporter.

För att sammanställa en lista över svenska företag i modebranschen användes databasen Retriever Business. Det är en databas som samlar information om Sveriges alla företag, där exempelvis företagens årsredovisningar finns och där branscher specificeras. Då studien utgår från den struktur Midby och Sternö (2019) använder i sin statistiska rapport applicerades de branschkoderna i sökningen. Se bilaga 1 för de statistiska branschkoderna som är tillämpade. Förutom dessa bransch-koder filterades dessutom sökningen med databasens egna branscher som är kopplade till modebranschen genom att de benämns liknande de SNI-koder som vi har använt. Att använda databasens egna branscher i kombination med SNI-koder utgör enligt Retriever Business en än mer träffsäker sökning. Se bilaga 2 för en sammanställning av de kategorier som användes från databasens egen branschlista. Vidare kryssades rutan aktiebolag i för vilken bolagsform som söktes. Därefter avmarkerades rutan för inaktiva bolag under status och inställningar. Det sista steget var att begränsa sökningen till de företag som uppfyllde studiens kriterier. Dessa kriterier är dem som gäller för att enligt lag behöva upprätta hållbarhetsrapportering. Då företagen måste uppfylla mer än ett av de tre krav som finns utfördes sökningen i tre steg; en sökning per kriterium.

Första sökningen fokuserade på nettoomsättningen som ska vara över 350 mkr. I rutan för omsättning skrevs då >349 999 (tkr). Sökningen gav 62 företag. I andra sökningen lades fokus på balansomslutningen som ska vara över 175 mkr. Då skrevs det i rutan för totala tillgångar >174 999 (tkr) och sökningen gav 77 företag. Den tredje och sista sökningen fokuserade på antalet anställda som ska vara minst 250. I rutan för anställda skrevs >249 och denna sökning gav 25

företag. För att få fram antalet företag som uppfyller kraven ska företaget finnas på två eller tre av dessa sökningar. Detta resulterade i 57 företag.

Studiens urval är ett icke-sannolikhetsurval. Detta eftersom de företag studien avser undersöka inte valdes på slumpmässiga grunder, där varje enhet i populationen skulle ha haft samma chans komma med i urvalet. Urvalet är istället målstyrt med fokus på kriterier. Därmed blir fokus på förståelse snarare än på graden av generaliserbarhet (Bryman & Bell 2017). Kraven för att upprätta en lagstadgad hållbarhetsrapportering finns i 6 kap. 10 § av ÅRL (SFS 1995:1554).

Studiens urval antog formen av en process likt den litteraturgenomgång Gulenko (2018) genomförde där steg för steg ringade in de artiklar studiens kriterier uppfylldes. Varje steg innebar därmed ett steg närmre de rapporter som det var möjligt att undersöka. De första sökresultaten var baserade på 2020 års information om företagen.

De kriterier företagen måste ha uppfyllt för att upprätta en lagstadgad hållbarhetsrapportering ska uppfyllas två på rakan följande år. Då studien har som syfte att jämföra företagens frivilliga rapportering med den av företagen obligatoriskt utförda rapporteringen ska företagen ha uppfyllt minst två av de tre kraven 2015 och 2016. Därför finns i tabell 2 inte bara de olika nyckeltalen för de olika åren som jämförs, utan även nyckeltalen för 2015.

Tabell 2: Företagens uppfyllande av kriterier för lagstadgad hållbarhetsredovisning.

Företag	Nettoomsättning (MSEK)	Balansomslutning (MSEK)	Anställda
Björn Borg AB	574;632;697;710; 757	578;538;541;591;699	132;133;212;213;213
Björn Borg Clothing AB	344;317;373;382; 356	444;580;710;850;971	18;22;33;34;28
Department & Stores Europe AB	959;968;936; 943;764	256;253;268;270;334	358;354;373;369;294
Filippa K Aktiebolag	518;527;520;602; 586	319;293;306;339;374	134;153;132;129;133
Gina Tricot AB	1261;958;1019; 959;1103	625;352;375;375;407	196;185;184;191;179
Gina Tricot Försäljnings AB	929;1029;1044; 1025;1029	194;189;187;183;192	385;355;375;371;314
H & M Hennes & Mauritz GBC AB	126405;109313; 122745;121462; 137356	31635;32012;36985; 44241;48024	4585;5245;6339;6906;6973
H & M Hennes & Mauritz Sverige AB	6444;6777;6690; 6771;6943	1855;2207;2557;2736; 2892	3387;3587;3660;3839;4195
KappAhl Sverige AB	3331;3560;3576; 3467;3489	1852;2102;2459;2350; 2253	1417;1403;1385;1598;1578
Lindex Sverige AB	3381;3379;3277; 3295;3297	793;797;826;943;839	1433;1358;1303;1293;1245
Nilson Group AB	2283;2315;2268; 2138;1969	922;1093;1065;948;933	1266;1236;1246;1187;1099
Polarn O. Pyret Aktiebolag	577;573;598; 611;519	180;198;248;256;246	263;231;232;223;173

Scorett Footwear AB	661;674;669;654; 659	317;309;315;350;343	364;346;324;320;322
Vagabond International Aktiebolag	658;684;711;757; 758	358;368;371;312;396	93;93;98;112;112
Vagabond Skor Varberg Aktiebolag	758;785;820;861; 921	639;660;685;455;548	512;529;617;545;523

Därefter hämtades samtliga årsredovisningar och eventuella separata hållbarhetsrapporter, 2016–2019, för att säkerställa att företagen passade studien. Det första som noterades var huruvida företagen producerade frivilliga hållbarhetsrapporter 2016 då studiens frågeställning gäller jämförande av kvalitet mellan frivilliga och obligatoriska hållbarhetsrapporter. Listan på företag med tillhörande kommentarer finns att se i bilaga 4.

Nästa steg innebar att granska de 57 företag som uppnådde kriterierna för obligatorisk hållbarhetsredovisning och sortera ut de bortfall som blev. De årsredovisningar som studien baserade bortfallen på var årsredovisningar inskickade till Bolagsverket som finns uppladdade i Retriever Business. Studiens bortfall berodde på en del olika anledningar där exempelvis företagen inte nämnde någonting om hållbarhet i sina årsredovisningar, att de ingick i en koncern med moderbolag i ett annat land och några då företaget inte matchade in i modebranschen. I tabell 2 går det att se de alla olika typerna av bortfall som uppstod samt hur många företag per anledning till bortfall.

Tabell 3: Bortfall i steg 2 i urvalsprocessen. Detta fördelat på den främsta anledningen.

Anledning	Antal (av det totala sökresultatet på 57)
Saknar frivillig hållbarhetsrapportering 2016	20
Utländsk koncern som upprättar hållbarhetsrapportering	2
Inget nämnt om hållbarhet eller icke-finansiell rapportering i årsredovisningar	7
Fel bransch (ej kompatibel med studien)	6
Alla hållbarhetsrapporter finns ej tillgängliga	5
Konkurs inledd	1
Ej möjlig att läsa	1
Vilande bolag	1

3.2.2 Innehållsanalys

Studiens syfte leder till att den data som inhämtas är sekundärdata då företagens årliga hållbarhetsrapporter hämtas. Då studien grundar sig i att undersöka effekten av en lagreglering med tillhörande jämförelse mellan år, är en innehållsanalys lämplig att använda (Bryman & Bell 2017). Feng och Ngai (2020) sammanfattar att innehållsanalys är en användbar metod när sekundärdata samlas in och speciellt i studier om hållbarhet där det då krävs ett strukturerat kodningsschema. Då användandet av en kvalitativ innehållsanalys är passande för studien kommer den data som samlas in från företagens hållbarhetsrapporter att koda. Kodningen sker i olika kategorier och både kodningsschemat samt kodningsmanualen är mycket viktiga för att kunna svara på studiens frågeställning (Mion & Loza Adauí 2019). Vidare menar Bengtsson (2016) att det finns fyra steg: dekontextualisering, rekontextualisering, kategorisering och kompilering. Det handlar om att börja med att förstå texten som helhet för att sedan ha möjlighet att bryta ner den i mindre delar. Därefter sker kategorisering och sammanställning.

För att ha möjlighet att presentera ett resultat av innehållsanalysen kommer kodningen att poängsättas. Poängen presenteras i denna studie på en skala mellan noll och tre (Dumitru, Dyduch, Guse & Krasodomska 2017). Att skalan börjar på noll tydliggör för läsaren att koden saknas helt. Dumitru, Dyduch, Guse och Krasodomska (2017) sammanfattar hur studier relaterade till CSR

visar att narrativ information kan manipuleras. Därmed är skalan baserad på hur informationen ges. Att information är narrativ ger en lägre kvalitetspoäng än presentation av numeriska eller kvantitativa data exempelvis i form av icke-finansiella prestationsindikatorer.

Tabell 4: Poängbestämning.

Poäng	Poängbestämning
0	Observeras inte alls i rapporten
1	Narrativ presentation
2	Presentation av numeriska/kvantitativa data
3	Narrativ och numerisk presentation

För att tydliggöra olika nivåer av kvalitet används liknande index som Dumitru, Dyduch, Guse och Krasodomska (2017) skapade. Maxpoäng för var och en av dessa kategorier, trovärdighet, innehåll och kommunikation, är tolv.

3.2.3 Kodningsschema och kodningsmanual

Kodning är ofta en startpunkt i kvalitativa analyser (Bryman & Bell 2017). Vid skapandet av studiens kodningsschema samt kodningsmanual utgick vi från tre dimensioner tidigare studier i olika omfattning har berört som viktiga i samband med kvalitetsdiskussioner. Då GRI standards är ett ramverk många företag använder sig av är kodningsschemat baserat på dem. Detta då användandet av GRI standards kan ge en ökad kvalitet.

Tabell 5: Kodningsschema.

<i>Kategorier</i>	Trovärdighet	Innehåll	Kommunikation
<i>Underkategorier baserade på GRI Standards</i>	Energiförbrukning	Hållbarhetsstrategi (Standarder/principer)	Intressentinkludering
	Produktansvar/ Utsläpp	Säkerhet och hälsa	Intressentdialog
	Avfallshantering	Korruptionsbekämpning	Läsbarhet
	Vattenförbrukning	Arbetsförhållande	Samhällsrelation

Tabell 6: Kodningsmanual trovärdighet.

Trovärdighet	Kontext som observeras i rapporten
Energiförbrukning	Den mängden energin företag förbrukar vid produktionsfasen
Produktansvar/Utsläpp	Företagens utsläpp av miljöfarliga ämnen
Avfallshantering	Återvinning och återanvändning
Vattenförbrukning	Den mängden vatten som företaget förbrukar årligen

Tabell 7: Kodningsmanual innehåll.

Innehåll	Kontext som observeras i rapporten
Hållbarhetsstrategi (Standarder/ riktlinjer/ principer)	Hur tydligt är företaget med de standarder, riktlinjer eller principer de följer i sin hållbarhetsrapport?
Säkerhet och hälsa	Till vilken grad har företaget åtgärder och regler som finns till att förebygga ohälsa och osäkerhet i arbetsmiljön?
Korruptionsbekämpning	Den grad av väsentlighet företaget motarbetar all form av korruption?
Arbetsförhållande	Till vilken grad implementeras jämställdhet i företagets arbetsvillkor/ arbetsmiljö?

Tabell 8: Kodningsmanual kommunikation.

Kommunikation	Kontext som observeras i rapporten
Intressentinkludering	Till vilken utsträckning företag anstränger sig att inkludera intressenterna i sin affärsverksamhet?
Intressentdialog	Hur pass öppen dialog har företag med sina intressenter?
Läsbarhet	Transparensen och tydligheten på information företag förmedlar till sin omvärld.
Samhällsrelation	Till vilken utsträckning är företagets samhällsengagemang till att aktivt bidra med i samhällsutvecklingen?

3.3 Tillförlitlighet

När kvalitativ innehållsanalys tillämpas finns det delade meningar om vilka faktorer som reflekteras över gällande resultatens tillförlitlighet (Bengtsson 2016; Graneheim & Lundman 2004). Det finns de som debatterar för att använda samma som kvantitativa undersökningar för bedömning: validitet och reliabilitet. Den andra gruppen forskare menar att det finns fyra andra faktorer som bättre beskriver kvalitativa studiers tillförlitlighet: trovärdighet, beroende, överförbarhet och konfirmering. Bryman och Bell (2017) förklarar vidare att trovärdigheten motsvarar intern validitet, beroende motsvarar reliabilitet, överförbarhet motsvarar extern validitet och konfirmering motsvarar objektivitet. Studiens interna validitet bedöms relativt hög då en kvalitativ innehållsanalys leder fram till en logisk slutsats. Studien är omfattande och transparent vilket gör det enkelt för framtida forskare att kunna överföra tillvägagångssättet och därmed kunna få resultat som är jämförbara. Därmed är studiens externa reliabilitet relativt hög då den dessutom grundar sin förståelse på dokument producerade av företag. Dock kan den omgivande sociala miljön ändras. Därmed kan omgivande faktorer förändras vilket kan sänka den externa reliabiliteten något. Den interna reliabiliteten däremot är hög då forskarna i studien tillsammans kommit överens om kodningsschema och hur dessa kategorier ska tolkas. Studiens båda forskare har läst samtliga hållbarhetsrapporter och därefter diskuterat tolkningar för att komma överens. Då studien är av kvalitativ karaktär gör det att studiens slutsatser inte går att generalisera och därmed är studiens externa validitet låg.

4. Empiri

I avsnittet presenteras de sammanställda resultaten från respektive företag. Varje presentation av resultat inleds med en kort beskrivning av företagets/företagens verksamhet. Den korta beskrivningen av verksamhet/ändamål är tagen från Retriever Business. Efter beskrivningen följer kort information om deras hållbarhetsrapporter. I anslutning till poängtabellerna finns en skriven sammanfattning av de resultat som har observerats uppdelade i de tre kategorier som finns: trovärdighet, innehåll och kommunikation. Poängen som visas är de poäng som företagen bedömts få gällande kvaliteten för företagens hållbarhetsrapporter.

4.1 Björn Borg AB (Björn Borg Clothing AB)

Björn Borg AB har som beskrivning: "Bolagets verksamhet skall vara att, direkt eller genom hel- eller delägda bolag, äga, förvalta och kommersialisera (inklusive genom upplåtelse) och utveckla varumärket Björn Borg samt idka därmed förenlig verksamhet." Björn Borg Clothing AB har som beskrivning: "Bolaget skall bedriva marknadsföring, distribution och produktion av textilier, framtagande av speciella profilkläder inom textil och konsulttjänster för design, produktion och koncerngemensamma administrativa rutiner samt därmed förenlig verksamhet." Björn Borg AB och Björn Borg Clothing AB producerar gemensamma hållbarhetsrapporter som publicerats separat från årsredovisningen. Dessa publiceras av Björn Borg och företaget kommer härnäst att benämnas som Björn Borg.

Tabell 9: Kvalitetspoäng Björn Borg.

2016	Trovärdighet	Innehåll	Kommunikation				
	Energiförbrukning	1	Hållbarhetsstrategi	0	Intressentinkludering	1	
	Produktansvar/Utsläpp	3	Säkerhet och hälsa	1	Intressentdialog	1	
	Avfallshantering	1	Korruptionsbekämpning	1	Läsbarhet	3	
	Vattenförbrukning	1	Arbetsförhållande	3	Samhällsrelation	1	
Totalt		6		5		6	17
2017	Trovärdighet		Innehåll		Kommunikation		
	Energiförbrukning	3	Hållbarhetsstrategi	3	Intressentinkludering	1	
	Produktansvar/Utsläpp	3	Säkerhet och hälsa	1	Intressentdialog	1	
	Avfallshantering	1	Korruptionsbekämpning	3	Läsbarhet	3	
	Vattenförbrukning	1	Arbetsförhållande	3	Samhällsrelation	1	
Totalt		8		10		6	24
2018	Trovärdighet		Innehåll		Kommunikation		
	Energiförbrukning	3	Hållbarhetsstrategi	3	Intressentinkludering	1	
	Produktansvar/Utsläpp	3	Säkerhet och hälsa	1	Intressentdialog	1	
	Avfallshantering	1	Korruptionsbekämpning	3	Läsbarhet	3	
	Vattenförbrukning	1	Arbetsförhållande	3	Samhällsrelation	1	
Totalt		8		10		6	24
2019	Trovärdighet		Innehåll		Kommunikation		
	Energiförbrukning	3	Hållbarhetsstrategi	3	Intressentinkludering	3	
	Produktansvar/Utsläpp	3	Säkerhet och hälsa	1	Intressentdialog	3	
	Avfallshantering	1	Korruptionsbekämpning	3	Läsbarhet	3	
	Vattenförbrukning	1	Arbetsförhållande	3	Samhällsrelation	1	
		8		10		10	28

Björn Borgs hållbarhetsrapporter 2017–2019 uppvisade relativt liknande information där inga särskiljande drag förekom utifrån kategorin trovärdighet. Därmed bedömdes kategorin vardera året få åtta av totalt tolv poäng. Dock kvalitetsbedömdes hållbarhetsrapporten 2016 till att få sex poäng. Detta då rapporten från 2016 inte presenterade kvantitativa data som tydliggjorde Björn Borgs energiförbrukning för 2016. Vidare ledde detta till att underkategorin energiförbrukning bedömdes få ett av totalt tre poäng. Därför erhöll hållbarhetsrapporten från 2016 ett lägre resultat för kategorin trovärdighet än resterande årens hållbarhetsrapporter.

I kategorin innehåll har Björn Borgs hållbarhetsrapporter 2017–2019 uppvisat ett resultat på tio av totalt tolv poäng. Men för hållbarhetsrapporten från 2016 har det även i denna kategori uppvisats en lägre poäng. Resultatet för Björn Borgs hållbarhetsrapport från 2016 bedömdes att få fem av totalt tolv poäng. Det har inte framkommit information om vilka riktlinjer eller vilket regelverk Björn Borgs hållbarhetsrapport från 2016 är upprättad enligt. Därmed bedömdes underkategorin hållbarhetsstrategi till noll. Detta är något som istället tydligt framkommit i hållbarhetsrapporterna 2017–2019. Björn Borg har då berättat att de upprättat dessa rapporter i enlighet med årsredovisningslagen. Vidare har det även tydligt presenterats i hållbarhetsrapporterna 2017–2019 att ”inga korrupta handlingar har kommit till Björn Borgs kännedom” vad gäller korruption. Därför bedömdes underkategorin korruptionsbekämpning få tre av totalt tre poäng 2017–2019. Men i hållbarhetsrapportern från 2016 har det enbart framkommit information om förebyggande åtgärder för korruption. Därför bedömdes underkategorin korruptionsbekämpning till ett poäng för 2016. I kategorin kommunikation har Björn Borgs hållbarhetsrapporter 2016–2018 uppvisat samma antal poäng. De följde en liknande struktur utifrån kategorin kommunikation. Därmed bedömdes de få sex av totalt tolv poäng. Men för hållbarhetsrapporten 2019 framkom information om att Björn borg under det gångna året har lanserat en ny hållbarhetswebbsida för att underlätta kommunikationen med sina intressenter och då framför allt sina konsumenter. Parallellt började Björn Borg även att kommunicera med sina intressenter via sociala medier. Detta har lett till en ökad kvalitet på hållbarhetsrapporten från 2019 genom att intressentinkludering och intressentdialog då bedömdes få tre poäng.

4.2 Filippa K Aktiebolag

Filippa K Aktiebolag har som beskrivning: “Bolaget skall bedriva designverksamhet samt produktion och försäljning av konfektion, design- och inredningsprodukter samt förvalta fast egendom, äga och förvalta aktier och andra värdepapper samt idka annan därmed förenlig verksamhet.” Filippa K Aktiebolag har upprättat separata hållbarhetsrapporter. Dessa publiceras av Filippa K och företaget kommer hädanefter att benämnas som Filippa K.

Tabell 10: Kvalitetspoäng Filippa K.

2016	Trovärdighet	Innehåll	Kommunikation				
	Energiförbrukning	3	Hållbarhetsstrategi	0	Intressentinkludering	1	
	Produktansvar/Utsläpp	3	Säkerhet och hälsa	3	Intressentdialog	1	
	Avfallshantering	3	Korruptionsbekämpning	1	Läsbarhet	3	
	Vattenförbrukning	3	Arbetsförhållande	3	Samhällsrelation	1	
Totalt		12		7		6	25
2017	Trovärdighet		Innehåll		Kommunikation		
	Energiförbrukning	3	Hållbarhetsstrategi	1	Intressentinkludering	1	
	Produktansvar/Utsläpp	3	Säkerhet och hälsa	3	Intressentdialog	3	
	Avfallshantering	3	Korruptionsbekämpning	1	Läsbarhet	3	
	Vattenförbrukning	3	Arbetsförhållande	3	Samhällsrelation	1	
Totalt		12		8		6	26
2018	Trovärdighet		Innehåll		Kommunikation		
	Energiförbrukning	3	Hållbarhetsstrategi	1	Intressentinkludering	1	
	Produktansvar/Utsläpp	3	Säkerhet och hälsa	3	Intressentdialog	1	
	Avfallshantering	3	Korruptionsbekämpning	3	Läsbarhet	3	
	Vattenförbrukning	3	Arbetsförhållande	3	Samhällsrelation	1	
Totalt		12		10		6	28
2019	Trovärdighet		Innehåll		Kommunikation		
	Energiförbrukning	3	Hållbarhetsstrategi	1	Intressentinkludering	3	
	Produktansvar/Utsläpp	3	Säkerhet och hälsa	3	Intressentdialog	3	
	Avfallshantering	3	Korruptionsbekämpning	3	Läsbarhet	3	
	Vattenförbrukning	3	Arbetsförhållande	3	Samhällsrelation	1	
		12		10		10	32

Kategorin trovärdighet har 2016–2019 fått tolv av totalt tolv poäng per år. Detta då de fokuserade på underkategorierna energiförbrukning, produktansvar/utsläpp, avfallshantering och vattenförbrukning. De har både narrativ och numerisk presentation. Den numeriska presentationen fanns både i texten samt genom diagram gällande utsläpp medan den i energiförbrukning, avfallshantering och vattenförbrukning fanns i texten utan tillhörande diagram eller tabeller. De bedömdes trots det som narrativa och numeriska presentationer då de redovisade kvantitativa data.

För kategorin innehåll har Filippa K 2016 bedömts få sju av totalt tolv poäng och 2017 har de fått åtta poäng. Filippa K har inte på ett tydligt sätt presenterat enligt vilket ramverk eller struktur hållbarhetsrapporten följer 2016 och därför bedömdes underkategorin hållbarhetsstrategi till noll av totalt tre poäng. Detta är något som Filippa K 2017 uppvisade en struktur för då de visade den uppsättning av 17 mål som skapats av FN:s utvecklingsprogram som de följde. Därför bedömdes underkategorin hållbarhetsstrategi 2017 till ett poäng. Vidare har hållbarhetsrapporterna hos Filippa K 2018–2019 uppvisat tio av totalt tolv poäng i kategorin innehåll. Båda dessa år har Filippa K tydligt presenterat i rapporterna att de redovisar sitt hållbarhetsarbete i enlighet med årsredovisningslagen. Gällande underkategorin korruptionsbekämpning har Filippa K 2018–2019 tydligt redovisat att det inte fanns några rapporterade eller bekräftade problem med korruption. Därför bedömdes denna underkategori för 2018–2019 få tre av totalt tre poäng.

I kategorin kommunikation har hållbarhetsrapporterna hos Filippa K 2016–2018 bedömts få sex av totalt tolv poäng. 2019 höjdes kvaliteten enligt bedömning och fick tio poäng. Det har tydligt presenterats i rapporterna 2016–2018 att hos Filippa K är det intressenternas åsikter, önskemål och perspektiv som styr de val de gör i sitt hållbarhetsarbete. Därför bedömdes underkategorin intressentinkludering till att få ett av totalt tre poäng 2016–2018. Något särskiljande i denna underkategori för rapporten 2019 är att Filippa K genomförde en forskningsstudie med sina kunder. Denna forskningsstudies syfte var att lära kunderna hur de på ett hållbart sätt kan använda produkterna de köper av Filippa K. Därför bedömdes underkategorierna intressantinkludering och intressantdialog till att få tre poäng 2019. År 2017 fick Filippa K äran att bli inbjudna till ett sekretariat för FN:s ramkonvention om klimatförändringar som en del av deras dialog om mode och klimatåtgärder. Detta i syfte att underlätta bättre samordning och samarbete genom inkluderande partnerskap. Därför bedömdes underkategorin intressantdialog till att få tre av totalt tre poäng. Hållbarhetsrapporterna från 2016 och 2018 har enbart presenterat narrativ information för underkategorin intressantdialog: ”Genom partnerskap och dialog kommer Filippa K att arbeta med att förstärka våra partners hållbarhetsarbete”. Därför bedömdes de 2016 och 2018 få endast ett av totalt tre poäng.

4.3 Gina Tricot AB (Gina Tricot Försäljnings AB)

Gina Tricot AB har som beskrivning: “Bolagets verksamhet ska vara att idka handels- och konsultverksamhet inom textil och konfektion samt att idka därmed förenliga verksamheter.” Gina Tricot Försäljnings AB har som beskrivning: “Aktiebolaget ska bedriva handels- och konsultverksamhet inom textil och konfektion och därmed förenlig verksamhet.” Gina Tricot AB och Gina Tricot Försäljnings AB producerar gemensamma hållbarhetsrapporter som publicerats separat från årsredovisningen. Dessa publiceras av Gina Tricot och företaget kommer hädanefter att benämnas som Gina Tricot.

Tabell 11: Kvalitetspoäng Gina Tricot.

2016	Trovärdighet		Innehåll		Kommunikation	
	Energiförbrukning	3	Hållbarhetsstrategi	3	Intressentinkludering	3
	Produktansvar/Utsläpp	3	Säkerhet och hälsa	3	Intressentdialog	1
	Avfallshantering	1	Korruptionsbekämpning	3	Läsbarhet	3
	Vattenförbrukning	1	Arbetsförhållande	3	Samhällsrelation	3
Totalt		8		12		10
2017	Trovärdighet		Innehåll		Kommunikation	
	Energiförbrukning	3	Hållbarhetsstrategi	3	Intressentinkludering	3
	Produktansvar/Utsläpp	3	Säkerhet och hälsa	3	Intressentdialog	3
	Avfallshantering	1	Korruptionsbekämpning	3	Läsbarhet	3
	Vattenförbrukning	1	Arbetsförhållande	3	Samhällsrelation	3
Totalt		8		12		12
2018	Trovärdighet		Innehåll		Kommunikation	
	Energiförbrukning	3	Hållbarhetsstrategi	3	Intressentinkludering	3
	Produktansvar/Utsläpp	3	Säkerhet och hälsa	3	Intressentdialog	1
	Avfallshantering	3	Korruptionsbekämpning	3	Läsbarhet	3
	Vattenförbrukning	1	Arbetsförhållande	3	Samhällsrelation	3
Totalt		10		12		10
2019	Trovärdighet		Innehåll		Kommunikation	
	Energiförbrukning	3	Hållbarhetsstrategi	3	Intressentinkludering	3
	Produktansvar/Utsläpp	3	Säkerhet och hälsa	3	Intressentdialog	1
	Avfallshantering	3	Korruptionsbekämpning	3	Läsbarhet	3
	Vattenförbrukning	1	Arbetsförhållande	3	Samhällsrelation	3
		10		12		10

Under 2016–2017 är deras poäng likvärdiga för kategorin trovärdighet. De har både åren fått poängen åtta där deras fokus har legat på energiförbrukning samt produktansvar/utsläpp. I de båda rapporterna använder de sig av både narrativ presentation samt presentation av kvantitativa data. De berättar hur deras miljöbesparing varit gällande energi och utsläpp för att avsluta rapporterna med en summering av utsläpp i ton och den energiförbrukning som funnits. Den narrativa och numeriska presentationen är något de fortsätter med även i hållbarhetsrapporterna för 2018–2019, men där lägger de dessa summeringar något tidigare i rapporten. Då de har följt liknande sätt att

presentera energiförbrukning samt utsläpp bedöms deras fyra rapporter lika med tre poäng för dessa underkategorier. Underkategorierna avfallshantering och vattenförbrukning har under 2016–2017 fått ett poäng, då Gina Tricot enbart diskuterat detta. Vattenförbrukningen berättar de inte vad de under året har haft utan istället berättar de vad vissa involverade fabriker har lyckats reducera med. Avfallshanteringen nämner de 2016 i samband med kemikaliehantering där de förklarar hur de inte vill ha in kemikalier i sina återvinningssystem. De lyfter även att de återanvänder kartonger från leverantörer vidare till kunder och att de har tagit med sopsortering till olika evenemang de engagerar sig i. Att de återanvänder kartongerna från sina leverantörer lyfter de även 2017. De betonar även hur de samarbetar med andra samhällsaktörer och har egna insamlingar för att minska miljöpåverkan från det avfall som annars uppstår. I underkategorin vattenförbrukning har de fått samma antal poäng både 2018 och 2019 med samma motivering. De berättar vad de gör för att spara vatten samt hur mycket vissa bönder har sparat, men inte hur mycket som är förbrukat. Det Gina Tricot under kategorin trovärdighet har ökat sina poäng i är underkategorin avfallshantering. Där har de ökat sina kvalitetspoäng från ett till tre. Detta både för 2018 och 2019. Ökningen beror på att de, förutom att berätta hur de återvinner och återanvänder, lyfter den vikt av kläder de samlar in för återvinning från kunder samt den vikt avfall från fabriker som de samlar in och återvinner till nya material.

I kategorin innehåll har de uppnått samma antal poäng alla fyra år. De har där uppfyllt kriterierna för både narrativ och numerisk presentation på alla underkategorier och därmed fått tolv poäng per år. Detta då de i alla underkategorier berättat hur de arbetar med respektive: hållbarhetsstrategi, säkerhet och hälsa, korruptionsbekämpning och arbetsförhållande. Förutom att endast berätta har de förstärkt bilden av deras arbete med kvantitativa data där exempelvis GRI-index, sjukfrånvaro och olycksfall, korruptionsincidenter samt fördelningen av män och kvinnor inom företaget finns med.

Vad gäller kategorin kommunikation har indikatorerna intressentinkludering, läsbarhet samt samhällsrelation uppnått tre poäng vardera för alla fyra år. Gällande intressentinkludering har de uppvisat en både narrativ och numerisk presentation då de har presenterat hur de arbetar med att involvera intressenter av olika slag i det hållbarhetsarbete de bedriver. Detta har de visat genom att berätta vilken typ av utbildningar som har skett och hur ofta samt hur de arbetar med ett litet

antal leverantörer och samarbetar med olika organisationer för att tillsammans driva hållbarhetsarbetet framåt. Gällande läsbarhet uppfyller de både den narrativa och numeriska presentationen genom att vid sidan av det berättande förstärka med kvantitativa data. Den samhällsrelation de beskriver i de fyra rapporterna gäller de samarbeten Gina Tricot har med organisationer som arbetar för ett bättre samhälle. Det är både i Sverige och i de länder där fabriker ligger som berörs av de olika arbetena. Exempelvis har de ett samarbete med Human Bridge dit de skänker osålda plagg där pengarna går till katastrofhjälp. Gina Tricot anordnar även en gala där pengarna som samlas in går till UN Women National Committee Sweden. Underkategorin intressentdialog är den underkategori där poängen skiftar något i deras hållbarhetsrapporter. 2017 har de bedömts få tre poäng medan de 2016, 2018 och 2019 enbart har fått ett poäng. Detta beror på att de 2017 förutom att berätta om vad de gör för att kommunicera med sina intressenter även berättade hur mycket och ofta de kommunicerar med intressenterna. De hade därmed en tydlig narrativ och numerisk presentation. 2016, 2018 och 2019 har de inte presenterat numeriskt utan valt att endast berätta hur de kommunicerar.

4.4 H & M Hennes & Mauritz GBC AB och H & M Hennes & Mauritz Sverige AB

H & M Hennes & Mauritz GBC AB har som beskrivning: “Bolaget skall idka handel med textil och konfektion, skor, ur och pennor, accessoarer till hemmet främst textilier, kosmetik samt andra liknande konsumentvaror.” H & M Hennes & Mauritz Sverige AB har som beskrivning: “Bolaget skall ha till föremål för sin verksamhet att idka butikshandel med textil och konfektion, skor, ur och pennor, parfym samt andra liknande varor.” H & M Hennes & Mauritz GBC AB och H & M Hennes & Mauritz Sverige AB producerar gemensamma hållbarhetsrapporter som publiceras separat från årsredovisningen. Dessa publiceras av H & M Group och företaget kommer härnäst att benämnas som H & M.

Tabell 12: Kvalitetspoäng H & M.

2016	Trovärdighet		Innehåll		Kommunikation		
	Energiförbrukning	3	Hållbarhetsstrategi	1	Intressentinkludering	3	
	Produktansvar/Utsläpp	3	Säkerhet och hälsa	3	Intressentdialog	1	
	Avfallshantering	3	Korruptionsbekämpning	3	Läsbarhet	3	
	Vattenförbrukning	3	Arbetsförhållande	3	Samhällsrelation	3	
Totalt		12		10		10	32
2017	Trovärdighet		Innehåll		Kommunikation		
	Energiförbrukning	3	Hållbarhetsstrategi	1	Intressentinkludering	3	
	Produktansvar/Utsläpp	3	Säkerhet och hälsa	3	Intressentdialog	1	
	Avfallshantering	3	Korruptionsbekämpning	1	Läsbarhet	3	
	Vattenförbrukning	3	Arbetsförhållande	3	Samhällsrelation	3	
Totalt		12		8		10	30
2018	Trovärdighet		Innehåll		Kommunikation		
	Energiförbrukning	3	Hållbarhetsstrategi	1	Intressentinkludering	3	
	Produktansvar/Utsläpp	3	Säkerhet och hälsa	3	Intressentdialog	1	
	Avfallshantering	3	Korruptionsbekämpning	1	Läsbarhet	3	
	Vattenförbrukning	3	Arbetsförhållande	3	Samhällsrelation	3	
Totalt		12		8		10	30
2019	Trovärdighet		Innehåll		Kommunikation		
	Energiförbrukning	3	Hållbarhetsstrategi	1	Intressentinkludering	3	
	Produktansvar/Utsläpp	3	Säkerhet och hälsa	3	Intressentdialog	1	
	Avfallshantering	3	Korruptionsbekämpning	1	Läsbarhet	3	
	Vattenförbrukning	3	Arbetsförhållande	3	Samhällsrelation	1	
		12		8		8	28

Kategorin trovärdighet har samma antal poäng 2016–2019. De uppvisar därmed liknande information i hållbarhetsrapporterna för de fyra åren där de bedöms få tre poäng per underkategori och år. H & M uppvisar en gedigen narrativ och numerisk presentation för de fyra underkategorierna energiförbrukning, produktansvar/utsläpp, avfallshantering och vattenförbrukning. De nämner både hur mycket de gör av med och hur mycket de sparar gällande energiförbrukning, utsläpp och vattenförbrukning. Avfallshantering visar de genom ett diagram hur mycket ton de har samlat in återanvändning och återvinning.

Kategorin innehåll får tio poäng 2016 för att sedan bedömas få åtta poäng 2017–2019. Säkerhet och hälsa samt arbetsförhållande är de två underkategorier som har bedömts få tre poäng i de fyra hållbarhetsrapporterna. H & M har utvecklat en policy gällande säkerhet och hälsa för att intressenter av olika slag ska känna sig trygga. I samband med policyn presenterar de kvantitativa data i form av antal inspektioner där de granskar hur säkerhetspolicyns uppfylls. De uppger även hur många problem de upplever efter inspektioner där de exempelvis 2019 såg 18 saker som grund till oro. Den numeriska presentationen som ges gällande arbetsförhållande är fördelningen av män och kvinnor inom företaget. Den underkategori som skiftar poäng är korruptionsbekämpning. Den får tre poäng 2016, men endast ett poäng 2017–2019. Detta beror på att de 2016 även redovisar hur många bekräftade fall av korruption de har haft medan de 2017–2019 endast berättar hur de arbetar med korruption. I sin narrativa presentation om korruptionsbekämpning och incidenter för de ihop flera olika typer av bristande efterlevnad gällande den etiska policyn.

Kategorin kommunikation ligger på tio poäng 2016–2018, men får åtta poäng 2019. Den underkategori där poängen skiftar är samhällsrelation. Den har tre poäng 2016–2018, men endast ett poäng 2019. Detta beror på att H & M 2016–2018 har presenterat hur mycket de har donerat till olika organisationer. 2019 uteblir den numeriska presentationen och istället är det endast narrativt presenterat hur de arbetar med olika organisationer som aktivt bidrar i samhällsutvecklingen. I sin narrativa presentation av samhällsrelationer redovisar de även doneringar, men som en klumpsumma sedan starten vilket gör det svårt för läsaren att tydligt förstå vad de 2019 har gjort för att engagera sig i samhällsutvecklingen.

4.5 KappAhl Sverige AB

KappAhl Sverige AB har som beskrivning: “Bolaget har till föremål för sin verksamhet att direkt eller indirekt idka detaljhandelsrörelse avseende dam, herr och barnkonfektion samt annan därmed förenlig verksamhet.” KappAhl Sverige AB har upprättat separata hållbarhetsrapporter. Dessa publiceras av KappAhl och företaget kommer härnäst att benämnas som KappAhl.

Tabell 13: Kvalitetspoäng KappAhl.

2016/2017	Trovärdighet		Innehåll		Kommunikation	
	Energiförbrukning	3	Hållbarhetsstrategi	3	Intressentinkludering	3
	Produktansvar/Utsläpp	3	Säkerhet och hälsa	1	Intressentdialog	3
	Avfallshantering	3	Korruptionsbekämpning	3	Läsbarhet	3
	Vattenförbrukning	3	Arbetsförhållande	3	Samhällsrelation	3
Totalt		12		10		12
2017/2018	Trovärdighet		Innehåll		Kommunikation	
	Energiförbrukning	3	Hållbarhetsstrategi	3	Intressentinkludering	3
	Produktansvar/Utsläpp	3	Säkerhet och hälsa	1	Intressentdialog	3
	Avfallshantering	3	Korruptionsbekämpning	3	Läsbarhet	3
	Vattenförbrukning	1	Arbetsförhållande	3	Samhällsrelation	3
Totalt		10		10		12
2018/2019	Trovärdighet		Innehåll		Kommunikation	
	Energiförbrukning	3	Hållbarhetsstrategi	3	Intressentinkludering	3
	Produktansvar/Utsläpp	3	Säkerhet och hälsa	3	Intressentdialog	3
	Avfallshantering	3	Korruptionsbekämpning	3	Läsbarhet	3
	Vattenförbrukning	1	Arbetsförhållande	3	Samhällsrelation	3
Totalt		10		12		12
2019/2020	Trovärdighet		Innehåll		Kommunikation	
	Energiförbrukning	3	Hållbarhetsstrategi	3	Intressentinkludering	3
	Produktansvar/Utsläpp	3	Säkerhet och hälsa	3	Intressentdialog	3
	Avfallshantering	3	Korruptionsbekämpning	3	Läsbarhet	3
	Vattenförbrukning	1	Arbetsförhållande	3	Samhällsrelation	3
		10		12		12
						34

KappAhls hållbarhetsrapport 2016/2017 har visat sig högkvalitativ utifrån kategorin trovärdighet. I denna rapport har det tydligt framkommit både narrativ och numerisk information om underkategorierna energiförbrukning, produktansvar/utsläpp, avfallshantering och vattenförbrukning. Därför bedömdes denna hållbarhetsrapport få tolv av totalt tolv poäng. Samtliga hållbarhetsrapporter producerade 2017/2018–2019/2020 har även de visat sig vara högkvalitativa utifrån den totala kvalitetspoängen i kategorin trovärdighet. Den underkategori som

skiljde sig från rapporten 2016/2017 var vattenförbrukning. Då det inte framkom några kvantitativa data gällande den fick vattenförbrukning ett poäng 2017/2018–2019/2020.

KappAhls hållbarhetsrapporter 2016/2017–2019/2020 är upprättade i enlighet med GRI där det tydligt framkom vilka riktlinjer eller standards som tillämpats. I kategorin innehåll har hållbarhetsrapporterna producerade mellan 2016/2017–2017/2018 uppvisat ett likvärdigt resultat. Detsamma gäller för rapporterna 2018/2019–2019/2020. De särskiljande dragen mellan dessa hållbarhetsrapporter producerade av KappAhl ligger i underkategorin säkerhet och hälsa. I hållbarhetsrapporterna producerade 2016/2017–2017/2018 har det endast varit en narrativ presentation om säkerhet och hälsa, såsom förebyggande åtgärder. Därför bedömdes underkategorin säkerhet och hälsa till att få ett av totalt tre poäng. I hållbarhetsrapporterna producerade 2018/2019–2019/2020 framkom både narrativ och numerisk presentation om säkerhet och hälsa. Exempelvis genomförde de brandskyddskontroller samt utbildningsinsatser i brandteori och säkerhet enligt utbildningsplanen. Därför bedömdes underkategorin säkerhet och hälsa få tre poäng för samtliga rapporter producerade 2018/2019–2019/2020 i kategorin innehåll.

I kategorin kommunikation har hållbarhetsrapporterna upprättade 2016/2017–2019/2020 uppvisat ett likvärdigt och högkvalitativt resultat enligt de totala kvalitetspoängen för vardera år. Samtliga hållbarhetsrapporter har presenterat både narrativt och numeriskt i underkategorierna intressentinkludering, intressentdialog, läsbarhet och samhällsrelation. Kategorin kommunikation har erhållit tolv poäng av tolv möjliga för dessa fyra år.

4.6 Lindex Sverige AB

Lindex Sverige AB har som beskrivning: “Bolaget har till föremål för sin verksamhet att direkt eller indirekt idka detaljhandelsrörelse med avseende på dam, herr- och barnkonfektion, samt därmed förenlig verksamhet.” Lindex Sverige AB har upprättat separata hållbarhetsrapporter. Dessa publiceras av Lindex och företaget kommer hädanefter att benämnas som Lindex. Deras hållbarhetsrapport 2018 är bristfällig då de enligt rapporten har valt att endast presentera höjdpunkterna. Detta då året enligt dem har varit fokuserat på att utveckla en väg framåt. Därav meddelar de i rapporten att den inte är en fullständig hållbarhetsrapport.

Tabell 14: Kvalitetspoäng Lindex.

2016	Trovärdighet	Innehåll	Kommunikation				
	Energiförbrukning	3	Hållbarhetsstrategi	3	Intressentinkludering	3	
	Produktansvar/Utsläpp	3	Säkerhet och hälsa	3	Intressentdialog	1	
	Avfallshantering	3	Korruptionsbekämpning	3	Läsbarhet	3	
	Vattenförbrukning	3	Arbetsförhållande	1	Samhällsrelation	3	
Totalt		12		10		10	32
2017	Trovärdighet	Innehåll	Kommunikation				
	Energiförbrukning	3	Hållbarhetsstrategi	3	Intressentinkludering	3	
	Produktansvar/Utsläpp	3	Säkerhet och hälsa	3	Intressentdialog	1	
	Avfallshantering	1	Korruptionsbekämpning	3	Läsbarhet	3	
	Vattenförbrukning	3	Arbetsförhållande	3	Samhällsrelation	3	
Totalt		10		12		10	32
2018	Trovärdighet	Innehåll	Kommunikation				
	Energiförbrukning	0	Hållbarhetsstrategi	1	Intressentinkludering	1	
	Produktansvar/Utsläpp	0	Säkerhet och hälsa	0	Intressentdialog	0	
	Avfallshantering	0	Korruptionsbekämpning	0	Läsbarhet	1	
	Vattenförbrukning	0	Arbetsförhållande	0	Samhällsrelation	0	
Totalt		0		1		2	3
2019	Trovärdighet	Innehåll	Kommunikation				
	Energiförbrukning	3	Hållbarhetsstrategi	3	Intressentinkludering	3	
	Produktansvar/Utsläpp	3	Säkerhet och hälsa	3	Intressentdialog	1	
	Avfallshantering	1	Korruptionsbekämpning	0	Läsbarhet	3	
	Vattenförbrukning	1	Arbetsförhållande	3	Samhällsrelation	3	
		8		9		10	27

Poängen för kategorin trovärdighet är fallande. Om 2018 års hållbarhetsrapport bortses, där rapporten fick noll poäng, har energiförbrukning och produktansvar/utsläpp fått tre poäng per underkategori och år. Gällande energiförbrukningen berättar de hur de arbetar för att få ner förbrukningen i olika områden som till exempel vid denimtillverkning och odling av bomull. Den numeriska presentationen knyts ihop tillsammans med vattenförbrukningen, 2016–2017, i en detaljerad tabell som visar både den indirekta förbrukningen samt den direkta förbrukningen energi och vatten. Vid sidan om denna tabell har Lindex ytterligare en detaljerad tabell med information om deras utsläpp. I hållbarhetsrapporten presenteras informationen fortfarande narrativt och

numeriskt, men i en liten annan form. Utsläppens storlek är presenterad i en figur och i en tabell. Energiförbrukningen presenteras som en sorts utsläpp i samband med resterande utsläpp. Vattenförbrukningen i hållbarhetsrapporten för 2019 berättas det om hur de kan sänka samt vad deras beräkningar i vissa projekt ger för sorts reduceringar. Då vattenförbrukningen 2019 saknar synliga kvantitativa data får den ett poäng. Både narrativ och numerisk presentation saknas helt i hållbarhetsrapporten från 2018. Den underkategori som skiftar mest i poäng under kategorin trovärdighet är avfallshanteringen. 2016 har den fått tre poäng då Lindex, förutom att berätta om sina mål och sitt arbete, även har gjort en detaljerad tabell med statistik över avfallshanteringen.

I kategorin innehåll har underkategorierna hållbarhetsstrategi samt säkerhet och hälsa 2016, 2017 och 2019 fått tre poäng. GRI-index fanns tillgängligt som förstärkte deras narrativa presentation av företagets hållbarhetsstrategi. Säkerhet och hälsa presenterades både narrativt och med kvantitativa data som exempelvis visar andelen sjukfrånvaro och antal brandinspektioner i fabrikerna. Underkategorin hållbarhetsstrategi är den enda underkategorin inom innehåll som fick ett poäng då de beskrev sina tankar kring denna hållbarhetsrapport som endast innehöll höjdpunkter. De underkategorier som skiftar i poäng under innehåll är korruptionsbekämpning och arbetsförhållande. Korruptionsbekämpning fick tre poäng 2016–2017, men noll poäng 2018–2019. Anledningen till att de fick tre poäng var för att de både berättade om deras arbete mot korruption samt lyfte att de inte har haft några bekräftade fall av korruption. 2018–2019 nämner de inte något om hur de arbetar mot korruption. 2016 fick arbetsförhållande ett poäng, 2017 och 2019 fick de tre poäng och 2018 fanns inget nämnt om det vilket gav noll poäng.

Kategorin kommunikation genererade samma antal poäng för intressentinkludering, intressentdialog, läsbarhet och samhällsrelation 2016, 2017 och 2019. Intressentinkludering, läsbarhet och samhällsrelation har alla fått tre poäng medan intressentdialog har fått ett poäng. Den numeriska presentationen av intressentinkludering gäller exempelvis hur många kontroller som utförs på fabrikerna och hur många anställda som deltar i workshops av olika slag. 2018 fick intressentinkludering ett poäng då de berättar hur samarbeten är viktiga för att de ska kunna arbeta vidare med hållbarhetsarbetet. Läsbarheten uppfyller en narrativ och numerisk presentation då berättande blandas med kvantitativa data. I 2018 års hållbarhetsrapport berättar de om årets hållbara höjdpunkter vilket ger dem ett poäng. Samhällsrelationen utgör 2016, 2017 och 2019 en

narrativ presentation plus kvantitativa data som visar hur mycket pengar som skänkts till välgörenhet.

4.7 Nilson Group AB

Nilson Group AB har som beskrivning: “Bolaget har till föremål för sin verksamhet att idka detaljhandel med skodon, eller äga och förvalta bolag som bedriver sådan verksamhet och därmed förenlig verksamhet.” Nilson Group AB har upprättat separata hållbarhetsrapporter. Dessa publiceras av Nilson Group och företaget kommer härnäst att benämnas som Nilson Group.

Tabell 15: Kvalitetspoäng Nilson Group.

2016	Trovärdighet	Innehåll	Kommunikation				
	Energiförbrukning	1	Hållbarhetsstrategi	1	Intressentinkludering	3	
	Produktansvar/Utsläpp	1	Säkerhet och hälsa	3	Intressentdialog	3	
	Avfallshantering	1	Korruptionsbekämpning	1	Läsbarhet	3	
	Vattenförbrukning	1	Arbetsförhållande	1	Samhällsrelation	1	
Totalt		4		6		10	20
2017	Trovärdighet	Innehåll	Kommunikation				
	Energiförbrukning	1	Hållbarhetsstrategi	3	Intressentinkludering	3	
	Produktansvar/Utsläpp	1	Säkerhet och hälsa	3	Intressentdialog	1	
	Avfallshantering	1	Korruptionsbekämpning	3	Läsbarhet	3	
	Vattenförbrukning	1	Arbetsförhållande	3	Samhällsrelation	3	
Totalt		4		12		10	28
2018	Trovärdighet	Innehåll	Kommunikation				
	Energiförbrukning	1	Hållbarhetsstrategi	3	Intressentinkludering	3	
	Produktansvar/Utsläpp	1	Säkerhet och hälsa	1	Intressentdialog	1	
	Avfallshantering	1	Korruptionsbekämpning	3	Läsbarhet	3	
	Vattenförbrukning	1	Arbetsförhållande	3	Samhällsrelation	1	
Totalt		4		10		8	22
2019	Trovärdighet	Innehåll	Kommunikation				
	Energiförbrukning	1	Hållbarhetsstrategi	3	Intressentinkludering	3	
	Produktansvar/Utsläpp	1	Säkerhet och hälsa	1	Intressentdialog	1	
	Avfallshantering	1	Korruptionsbekämpning	1	Läsbarhet	3	
	Vattenförbrukning	1	Arbetsförhållande	3	Samhällsrelation	1	
		4		8		8	20

Nilson Groups hållbarhetsrapporter producerade 2016–2019 har visat på låg kvalitet utifrån kategorin trovärdighet sett till totalt antal kvalitetspoäng. I rapporterna framkom ingen numerisk presentation angående underkategorierna energiförbrukning, produktansvar/utsläpp, avfallshantering och vattenförbrukning. Därför bedömdes denna kategori få låga poäng. Då Nilson Group i samtliga underkategorier ändå gav en narrativ presentation fick de ett poäng i samtliga. Totalen blev därmed fyra poäng per år av totalt tolv.

I kategorin innehåll har det i Nilson Groups hållbarhetsrapporter producerade 2016 framkommit information om att: "Rapporten följer redan i flera avseenden GRI:s standarder och de fortsätter att jobba vidare med frågorna utifrån dessa riktlinjer.". 2017 blev deras implementering av GRI standards klar. Därför bedömdes underkategorin hållbarhetsstrategi till att få ett av totalt tre poäng 2016, men till tre poäng för 2017–2019. Vidare har Nilson Group använt sig av en narrativ presentation 2016 där både underkategori arbetsförhållande och korruption bedömdes till att få ett poäng var. För underkategorin säkerhet och hälsa har det framkommit information om att: "Under 2016 hade säkerhetsavdelningen 5 fall av interna oegentligheter som samtliga resulterade i att den anställdes anställning upphörde.". Därför bedömdes underkategorin säkerhet och hälsa få tre av totalt tre poäng och detta resulterade 2016 för kategorin trovärdighet i ett resultat på sex poäng av totalt tolv. 2017 har Nilson Group presenterat en väldigt högkvalitativ hållbarhetsrapport utifrån kategorin innehåll med kvalitetspoäng tolv av totalt tolv. I hållbarhetsrapportern från 2017 har Nilson Group presenterat både narrativt och numeriskt om säkerhet och hälsa, arbetsförhållande och korruptionsbekämpning. Men i hållbarhetsrapporterna 2018–2019 framkom enbart narrativ presentation om säkerhet och hälsa: " Vi jobbat vidare med att utbilda våra leverantörer i hälsa och säkerhet, bland annat inom brandskydd, kemikaliehantering och skyddsutrustning.". Detta har lett till en försämrad kvalitet från föregående år på hållbarhetsrapporten upprättad 2018 med ett resultat på tio av totalt tolv poäng. För hållbarhetsrapporten 2019 framkom även ingen annan information än förebyggande åtgärder för underkategorin korruptionsbekämpning. Därmed har detta lett till ett resultat på åtta poäng 2019.

I Nilson Groups hållbarhetsrapporter 2016–2019 framkom tydligt information om underkategorin intressentinkludering. Det presenterades i rapporterna producerade 2016–2019 att Nilson Group involverar sina kunder i deras intressentdialog i form av enkätundersökningar och liknande. Därför

bedömdes intressentinkludering få tre poäng 2016–2019. Även underkategorin läsbarhet bedömdes till att få tre av totalt tre poäng för samtliga hållbarhetsrapporter. Detta då hållbarhetsrapporterna hos Nilson Group 2016–2019 uppvisats ha bra utformning och struktur med både narrativ och numerisk presentation. De särskiljande dragen mellan samtliga hållbarhetsrapporter för 2016–2019 ligger i att det 2016 framkom information om att: ”Det har tagits fram riktlinjer för en intressentdialog samt grunder för företagets fortsatta hållbarhetsarbete. Företagets intressenter sågs över och urval för en intressentdialog gjordes i en mindre workshop i februari 2016.”. Detta har lett till ett resultat på tre av totalt tre poäng i underkategorin intressentdialog för 2016. I hållbarhetsrapporten producerad 2017 framkom information om att Nilson Group har anslutits till One Bag Habit för att bidra till en positiv förändring genom att bland annat ta betalt för plastpåsar i butik. Överskottet från försäljningen skänks till projekt inom hållbar utveckling. 2017 skänktes 500 000 kr till det svenska forskningsprojektet STEPS. Därför bedömdes underkategorin samhällsrelation till att få tre poäng 2017.

4.8 RNB Retail and Brands AB (Department & Stores Europe AB och Polarn O. Pyret Aktiebolag)

RNB Retail and Brands AB har som beskrivning: “Bolaget har till föremål för sin verksamhet att direkt eller indirekt bedriva handel i butik och e-handel inom textil och konfektion, accessoarer, kosmetik samt andra liknande konsumentvaror, äga och förvalta värdepapper, immateriella rättigheter och fast egendom, bedriva finansieringsverksamhet inom ramen för den angivna verksamheten, samt tillhandahålla tjänster knutna till den angivna verksamheten.” RNB Retail and Brands AB är ett koncernmoderbolag med flera dotterbolag. Två av dotterbolagen är Department & Stores Europe AB och Polarn O. Pyret Aktiebolag. RNB Retail and Brands AB har upprättat deras hållbarhetsrapporter separat från årsredovisningen 2016/2017–2018/2019. Den hållbarhetsrapport som producerats 2019/2020 har integrerats med årsredovisningen. Departments & Stores Europe AB låter fortsatt RNB Retail and Brands AB upprätta deras medan Polarn O. Pyret 2019/2020 själva upprättade sin hållbarhetsrapport. RNB Retail and Brands AB kommer härnäst att benämnas som RNB.

Tabell 16: Kvalitetspoäng RNB.

2016/ 2017	Trovärdighet		Innehåll		Kommunikation	
	Energiförbrukning	3	Hållbarhetsstrategi	1	Intressentinkludering	3
	Produktansvar/Utsläpp	3	Säkerhet och hälsa	1	Intressentdialog	1
	Avfallshantering	3	Korruptionsbekämpning	3	Läsbarhet	3
	Vattenförbrukning	3	Arbetsförhållande	3	Samhällsrelation	3
Totalt		12		8		10
2017/ 2018	Trovärdighet		Innehåll		Kommunikation	
	Energiförbrukning	3	Hållbarhetsstrategi	3	Intressentinkludering	1
	Produktansvar/Utsläpp	3	Säkerhet och hälsa	3	Intressentdialog	1
	Avfallshantering	3	Korruptionsbekämpning	3	Läsbarhet	3
	Vattenförbrukning	3	Arbetsförhållande	3	Samhällsrelation	3
Totalt		12		12		8
2018/ 2019	Trovärdighet		Innehåll		Kommunikation	
	Energiförbrukning	3	Hållbarhetsstrategi	3	Intressentinkludering	1
	Produktansvar/Utsläpp	3	Säkerhet och hälsa	3	Intressentdialog	1
	Avfallshantering	3	Korruptionsbekämpning	3	Läsbarhet	3
	Vattenförbrukning	1	Arbetsförhållande	3	Samhällsrelation	3
Totalt		11		12		8

Avseende kategorin trovärdighet 2016/2017–2017/2018 fick RNB tolv av totalt tolv poäng. 2018/2019 uppvisades ett lägre resultat där de fick elva poäng. Detta beror på att RNB inte har kunnat delta i något projekt med Swedish Textile Water Initiative (STWI) under 2018/2019. Då RNB enbart presenterade narrativt gällande underkategorin vattenförbrukning bedömdes de där få ett av totalt tre poäng. Detta resulterade i en lägre summa poäng i kategorin trovärdighet för 2018/2019.

Hållbarhetsrapporterna 2017/2018–2018/2019 har bedömts få tolv av totalt tolv poäng i kategorin innehåll. Där framkom det tydligt både numerisk och narrativ presentation för underkategorierna hållbarhetsstrategi, säkerhet och hälsa, korruptionsbekämpning samt arbetsförhållande. I hållbarhetsrapporten 2016/2017 presenterade RNB detta inte i liknande struktur. Exempelvis

framkom det i underkategorin säkerhet och hälsa enbart information om säkerhet och detta på ett narrativt sätt. Dessutom har det inte tydligt redovisats enligt vilka regelverk eller riktlinjer rapporten är upprättad. Det framkom endast att ”urvalet för rapportens innehåll baseras på aktiviteter under året, egna kriterier, nyckeltal och målsättningar samt ett urval av väsentliga indikatorer från GRI.”. Därför bedömdes underkategorierna hållbarhetsstrategi samt säkerhet och hälsa till att få ett av totalt tre poäng.

För kategorin kommunikation har hållbarhetsrapporterna upprättade av RNB 2017/2018–2018/2019 bedömts att få åtta av totalt tolv poäng. För 2016/2017 har ett resultat på tio poäng uppvisats. I hållbarhetsrapporten 2016/2017 framkom information om att RNB:s mål är att utveckla produkter och service som erbjuder kunderna en shoppingupplevelse i världsklass. Därmed genomfördes det regelbundna kundundersökningar som gav underlag för verksamhetsutveckling. Därför bedömdes underkategorin intressentinkludering 2016/2017 till att få tre av totalt tre poäng.

4.8.1 Departments & Stores Europe AB

Department & Stores Europe AB: “Bolaget skall ha till föremål för sin verksamhet att bedriva handel, import och tillverkning avseende konfektion, äga och förvalta aktier och andra värdepapper samt idka annan därmed förenlig verksamhet.” Departments & Stores Europe AB kommer härnäst att benämnas som Departments & Stores Europe.

Tabell 17: Kvalitetspoäng Departments & Stores Europe.

2019/ 2020	Trovärdighet		Innehåll		Kommunikation	
	Energiförbrukning	1	Hållbarhetsstrategi	0	Intressentinkludering	1
	Produktansvar/Utsläpp	1	Säkerhet och hälsa	3	Intressentdialog	1
	Avfallshantering	1	Korruptionsbekämpning	1	Läsbarhet	3
	Vattenförbrukning	1	Arbetsförhållande	3	Samhällsrelation	1
		4		7		6
						17

Departments & Stores Europe har 2019/2020 fortsatt gett ansvaret för hållbarhetsredovisningen till RNB. Denna rapport är dock integrerad med RNBs årsredovisning. Rapporten är enbart presenterad narrativt i kategorin trovärdighet. Då den inte uppvisat numerisk presentation gällande

underkategorierna energiförbrukning, produktansvar/utsläpp, avfallshantering och vattenförbrukning har de fått fyra poäng av totalt tolv utifrån kategorin trovärdighet.

I hållbarhetsrapporten har det inte framkommit något om enligt vilket regelverk eller vilka riktlinjer rapporten är upprättad. Dock har det utifrån kategorin innehåll framkommit både narrativ och numerisk presentation gällande underkategorierna arbetsförhållande samt säkerhet och hälsa. Därmed bedömdes kategorin innehåll till att få sju av totalt tolv poäng.

I kategorin kommunikation har underkategorierna intressentinkludering, intressentdialog och samhällsrelation bedömts till att få ett av totalt tre poäng. Detta eftersom det endast presenterades narrativt om de nämnda underkategorierna 2019/2020. Då rapporten har tydlig utformning och struktur bedömdes underkategorin läsbarhet till att få tre poäng.

4.8.2 Polarn O. Pyret Aktiebolag

Polarn O. Pyret Aktiebolag: “Aktiebolaget skall bedriva detaljhandel, e-handel och produktion av barn-, dam- och herrkonfektion samt därmed förenlig verksamhet. Bolaget skall även bedriva uthyrning av butiksinnredning och lokaler.” Polarn O. Pyret Aktiebolag kommer hädanefter att benämnas som Polarn O. Pyret.

Tabell 18: Kvalitetspoäng Polarn O. Pyret.

2019/ 2020	Trovärdighet		Innehåll		Kommunikation	
	Energiförbrukning	3	Hållbarhetsstrategi	3	Intressentinkludering	3
	Produktansvar/Utsläpp	3	Säkerhet och hälsa	3	Intressentdialog	1
	Avfallshantering	3	Korruptionsbekämpning	3	Läsbarhet	3
	Vattenförbrukning	3	Arbetsförhållande	3	Samhällsrelation	3
		12		12		10
						34

Polarn O. Pyret producerade en egen separat hållbarhetsrapport 2019/2020. I kategorin trovärdighet har de fått tolv poäng av totalt tolv. De har använt sig av både narrativ och numerisk presentation gällande underkategorierna energiförbrukning, produktansvar/utsläpp, avfallshantering och

vattenförbrukning. Exempelvis har de mycket detaljerade tabeller för både energiförbrukning och utsläpp.

Hållbarhetsrapporten är upprättad i enlighet med GRI standards. Bedömningen av denna hållbarhetsrapport gav tolv poäng i kategorin innehåll. Detta då den förutom att berätta om hur den är upprättad även visar med ett GRI-index hur de har arbetat. För underkategorierna säkerhet och hälsa, korruptionsbekämpning samt arbetsförhållande har de både narrativ och numerisk presentation. De följer en liknande struktur som för kategorin trovärdighet där de även under kategorin innehåll har tydliga tabeller för säkerhet och hälsa, korruptionsbekämpning samt arbetsförhållande.

I kategorin kommunikation har Polarn O. Pyret bedömts få tio poäng. Detta då det enbart framkom narrativ presentation gällande underkategorin intressentdialog. De har där narrativt berättat hur de bland annat har frågat kunder hur de kan hjälpa till att sänka deras tröskel för att handla secondhand. De har även en hel del annan narrativt presenterad information gällande deras kommunikation, men där kvantitativa data uteblir. På grund av detta får de tio poäng i kategorin kommunikation.

4.9 Scorett Footwear AB

Scorett Footwear AB har som beskrivning: “Bolaget skall bedriva handel med skor och andra inom branschen förekommande artiklar, marknadsföringsåtgärder inom skobranschen, allt huvudsakligen till detaljister. Försäljning av väskor och andra skinn och konstläderartiklar, samt därmed förenlig verksamhet.” Scorett Footwear AB har upprättat separata hållbarhetsrapporter. Dessa publiceras av Scorettgruppen och företaget kommer härnäst att benämnas som Scorett.

Tabell 19: Kvalitetspoäng Scorett.

2016	Trovärdighet	Innehåll	Kommunikation				
	Energiförbrukning	0	Hållbarhetsstrategi	1	Intressentinkludering	1	
	Produktansvar/Utsläpp	0	Säkerhet och hälsa	0	Intressentdialog	1	
	Avfallshantering	3	Korruptionsbekämpning	0	Läsbarhet	3	
	Vattenförbrukning	0	Arbetsförhållande	0	Samhällsrelation	3	
Totalt		3		1		8	12
2017	Trovärdighet	Innehåll	Kommunikation				
	Energiförbrukning	1	Hållbarhetsstrategi	1	Intressentinkludering	1	
	Produktansvar/Utsläpp	1	Säkerhet och hälsa	1	Intressentdialog	1	
	Avfallshantering	1	Korruptionsbekämpning	1	Läsbarhet	3	
	Vattenförbrukning	1	Arbetsförhållande	1	Samhällsrelation	1	
Totalt		4		4		6	14
2018	Trovärdighet	Innehåll	Kommunikation				
	Energiförbrukning	1	Hållbarhetsstrategi	1	Intressentinkludering	1	
	Produktansvar/Utsläpp	1	Säkerhet och hälsa	3	Intressentdialog	1	
	Avfallshantering	1	Korruptionsbekämpning	3	Läsbarhet	3	
	Vattenförbrukning	1	Arbetsförhållande	3	Samhällsrelation	3	
Totalt		4		10		8	22
2019	Trovärdighet	Innehåll	Kommunikation				
	Energiförbrukning	1	Hållbarhetsstrategi	1	Intressentinkludering	1	
	Produktansvar/Utsläpp	1	Säkerhet och hälsa	3	Intressentdialog	1	
	Avfallshantering	3	Korruptionsbekämpning	0	Läsbarhet	3	
	Vattenförbrukning	1	Arbetsförhållande	3	Samhällsrelation	3	
		6		7		8	21

Scorett's hållbarhetsrapport 2016 bedömdes att ha låg kvalitet med ett resultat på tre av totalt tolv poäng. I denna rapport framkom det inte alls information om varken Scorett's energiförbrukning, produktansvar/utsläpp eller vattenförbrukning. Dock har det framkommit både numerisk och narrativ presentation gällande underkategorin avfallshantering: ”Återanvändning är den främsta formen av återvinning och vi har under rapportperioden 2016, skänkt både nya osäljbara och begagnade skor för återanvändning istället för att kassera = 1580 par.” I hållbarhetsrapporterna som producerades 2017 och 2018 framkom det narrativ presentation om underkategorierna energiförbrukning, produktansvar/utsläpp, avfallshantering och vattenförbrukning. Detta gav en

förändring på poängen 2017 och 2018 där bedömningen gav ett resultat på fyra av totalt tolv poäng. I den hållbarhetsrapport som producerades 2019 framkom både numerisk och narrativ presentation om underkategorin avfallshantering: “Runt 10 % av de skor som kommer in väljer vi ut till vårt REUSE-koncept, det innebär att skomakaren rustar upp skorna till nyskick som sen säljs online och på Drottninggatan.”. Detta gav en bedömning på sex av totalt tolv poäng för 2019 utifrån kategorin trovärdighet.

Scorett har upprättat sina hållbarhetsrapporter 2016–2019 med inspiration av rapportering enligt GRI G4 i möjligaste mån. Därför bedömdes underkategorin hållbarhetsstrategi till att få ett poäng 2016–2019. I kategorin innehåll har Scoretts hållbarhetsrapport 2016 visat sig vara lågkvalitativ sett till antal bedömda kvalitetspoäng. I 2016 års hållbarhetsrapport har det inte framkommit information om underkategorierna säkert och hälsa, korruptionsbekämpning och arbetsförhållande. Därför bedömdes hållbarhetsrapporten 2016 få ett poäng. I hållbarhetsrapporterna som producerades 2017 presenterades det narrativt om följande underkategorier: säkert och hälsa, korruptionsbekämpning och arbetsförhållande. Detta ledde till ett högre antal poäng än föregående år då de 2017 fick fyra poäng. Fortfarande dock relativt låg kvalitetsbedömning utifrån kategorin innehåll. För hållbarhetsrapporterna som producerades 2018–2019 ökade poängen och därmed kvaliteten. Scorett har presenterat både narrativt och numeriskt gällande underkategorierna säkert och hälsa, korruptionsbekämpning och arbetsförhållande i rapporten producerad 2018. Detta ledde till att hållbarhetsrapporten 2018 bedömdes till att få tio poäng. I hållbarhetsrapporten från 2019 framkom ingen information om korruption. Därför bedömdes underkategorin korruptionsbekämpning få noll av totalt tre poäng. Detta visade på ett lägre resultat sett till kvalitetspoäng jämfört med 2018 då de 2019 bedömdes få sju av totalt tolv poäng.

I kategorin kommunikation har Scoretts hållbarhetsrapporter 2016, 2018 och 2019 uppvisat samma resultat poängmässigt. Men i hållbarhetsrapporterna producerade året 2017 har det enbart framkommit narrativ information om indikatorn “samhällsrelation”. Detta är något som i rapporterna producerade åren 2016, 2018 och 2019, Scorett presenterat både numerisk och narrativ information. Bl.a. har Scorett år 2016 bidragit med 150 000 kr till Rosa Bandets insamling till Cancerfonden. Till följd av detta, kvalitetsbedömdes rapporterna från 2016, 2018 och 2019 till åtta

av totalt tolv poäng. Därmed rapporten från 2016 kvalitetsbedömdes till ett resultat på sex av totalt tolv poäng. Vad gäller indikatorerna "intressentinkludering" och "intressentdialog" har Scorett uttryckt i rapporterna 2016–2019 att: "Genom att samverka med våra intressenter får vi insikt om hur vår omvärld ser på oss och vårt hållbarhetsarbete. Genom denna dialog kan vi bedöma var vi har vår största påverkan och hur vi ska göra våra prioriteringar.". Därför bedömdes underkategorierna intressentdialog och intressentinkludering till att få ett av total tre poäng 2016–2019. I underkategorin läsbarhet har hållbarhetsrapporterna producerade av Scorett 2016–2019 uppvisat både narrativ och numerisk presentation. Därför bedömdes läsbarhet till att få tre poäng.

4.10 Vagabond International Aktiebolag (Vagabond Skor Varberg Aktiebolag)

Vagabond International Aktiebolag har som beskrivning: "Aktiebolaget ska bedriva handel och försäljning med skodon och konfektion samt äga och förvalta bolag, som bedriver handel inom skodon och konfektion, samt därmed förenlig verksamhet." Vagabond Skor Varberg Aktiebolag har som beskrivning: Föremålet för bolagets verksamhet är att idka handel med skodon och konfektion eller äga och förvalta bolag som driver sådan verksamhet och därmed förenlig verksamhet." Vagabond International Aktiebolag är moderbolag åt Vagabond Skor Varberg Aktiebolag och producerar deras hållbarhetsrapporter som har publicerats separat från årsredovisningen. Dessa publiceras av Vagabond och företaget kommer härnäst att benämnas som Vagabond.

Tabell 20: Kvalitetspoäng Vagabond.

2016	Trovärdighet	Innehåll	Kommunikation				
	Energiförbrukning	1	Hållbarhetsstrategi	1	Intressentinkludering	3	
	Produktansvar/Utsläpp	3	Säkerhet och hälsa	3	Intressentdialog	1	
	Avfallshantering	1	Korruptionsbekämpning	3	Läsbarhet	3	
	Vattenförbrukning	1	Arbetsförhållande	3	Samhällsrelation	1	
Totalt		6		10		8	24
2017	Trovärdighet	Innehåll	Kommunikation				
	Energiförbrukning	1	Hållbarhetsstrategi	3	Intressentinkludering	3	
	Produktansvar/Utsläpp	3	Säkerhet och hälsa	3	Intressentdialog	1	
	Avfallshantering	1	Korruptionsbekämpning	3	Läsbarhet	3	
	Vattenförbrukning	1	Arbetsförhållande	3	Samhällsrelation	1	
Totalt		6		12		8	26
2018	Trovärdighet	Innehåll	Kommunikation				
	Energiförbrukning	1	Hållbarhetsstrategi	3	Intressentinkludering	3	
	Produktansvar/Utsläpp	3	Säkerhet och hälsa	3	Intressentdialog	1	
	Avfallshantering	1	Korruptionsbekämpning	3	Läsbarhet	3	
	Vattenförbrukning	1	Arbetsförhållande	3	Samhällsrelation	1	
Totalt		6		12		8	26
2019	Trovärdighet	Innehåll	Kommunikation				
	Energiförbrukning	1	Hållbarhetsstrategi	3	Intressentinkludering	3	
	Produktansvar/Utsläpp	3	Säkerhet och hälsa	3	Intressentdialog	1	
	Avfallshantering	3	Korruptionsbekämpning	3	Läsbarhet	3	
	Vattenförbrukning	1	Arbetsförhållande	3	Samhällsrelation	3	
		8		12		10	30

De tre första åren, 2016–2018, ger relativt lik information. Energiförbrukningen ligger på ett poäng 2016–2019. Produktansvar/utsläpp har tre poäng 2016–2019 då de där även presenterat kvantitativa data i form av diagram med utsläpp i ton. Vattenförbrukningen ligger 2016–2019 på ett poäng och de använder sig därmed endast av en narrativ presentation. Den underkategori där det sker en förändring i poängen är avfallshanteringen. Underkategorin har ett poäng 2016–2018, men får en högre poäng 2019 då den får tre poäng. Den högre poängen ges då de berättar hur de

samlar in skor för att undvika den höga andelen avfall. De har under 2019 samlat in 10,7 ton använda skor. Dessa används bland annat till nya produkter.

Under kategorin innehåll landar de tre underkategorierna säkerhet och hälsa, korruptionsbekämpning och arbetsförhållande alla på tre poäng 2016–2019. Säkerhet och hälsa visar numerisk presentation gällande sjukfrånvaro och säkerhetsinspektioner. Samtidigt diskuterar de säkerheten och lyfter de olyckor som under året har inträffat. Det skedde exempelvis två arbetsplatsolyckor 2017 och 2018. Den numeriska presentationen gällande korruptionsbekämpning består av Vagabonds redovisande av antal bekräftade fall vilket i deras fall har varit noll. Gällande underkategorin arbetsförhållande uppvisar de både narrativ och numerisk presentation i och med de diagram med tillhörande text som finns. Där visar de hur styrelsen och företaget ser ut ur ett jämställdhetsperspektiv samt berättar hur branschen är kvinnodominerad. Hållbarhetsstrategi är den underkategori som visar på en förbättring. 2016 har den fått ett poäng medan den 2017–2019 har fått tre poäng. 2016 berättar Vagabond enbart om sin strategi medan de 2017–2019 även visar i tabeller hur de arbetar och vad de följer för riktlinjer.

Kategorin kommunikation får samma antal poäng 2016–2018. Underkategorierna intressentinkludering och läsbarhet får båda tre poäng per år medan intressentdialog och samhällsrelation bedöms få ett poäng vardera per år. Den numeriska presentationen av intressentinkludering gäller bland annat de antal inspektioner som Vagabond gör på fabrikena. Dessa inspektioner är till för att kontrollera att leverantörerna håller det de har kommit överens om gällande det hållbarhetsarbete Vagabond vill ha tillsammans med dem. De kontrollerar att den uppförandekod som har skrivit under följs. Underkategorin intressentinkludering har fått tre poäng även 2019 av samma anledning. Läsbarhet får tre poäng då Vagabond både berättar och visar hur deras arbete går till. Förutom att läsbarhet får tre poäng 2016–2018 har den även fått det 2019. Samhällsrelation är den underkategori som lett till en ökning av poäng då den 2016–2018 har ett poäng och 2019 har tre poäng. De har 2019 fått tre poäng då de skänkte 2 109 009 kr till Human Bridge.

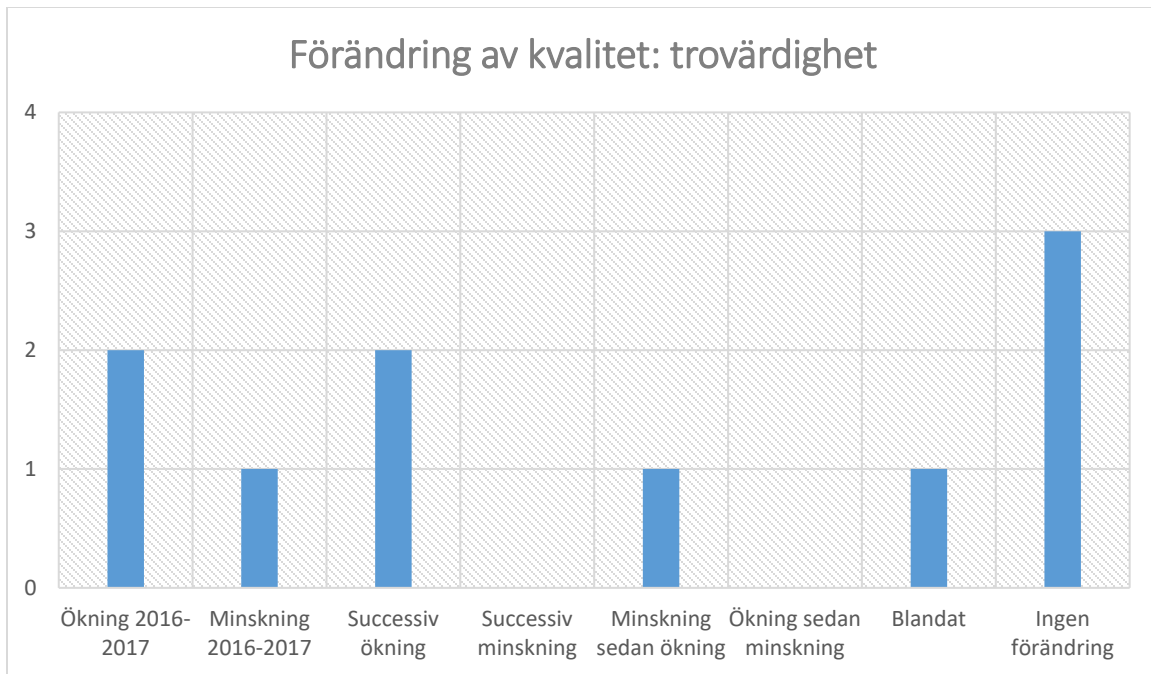
5. Analys

Följande avsnitt ämnar ge en analys med hjälp av TBL, institutionella teorin, intressentteorin, signalteorin samt GRI. Innehållsanalysens tre kategorier och hållbarhetsrapporternas totala kvalitet analyseras och tolkas. Först sett ur teoriernas perspektiv och därefter kopplat till den lagförändring som trädde i kraft 2017.

5.1 Förändring gällande trovärdighet

CSR påverkar hur företag formar sina affärsidéer, vilket går att se i både Björn Borg och Scoretts hållbarhetsrapporter. Företagen har aktivt identifierat sin klimatpåverkan och gått till ett mer hållbart produktionssätt. Det ses en tydlig utveckling genom åren i dessa företags hållbarhetsrapporter i samband med lagändringen. Orsaken till detta kan förklaras med utgångspunkt från institutionell teori. Tvingande isomorfism uppstår ofta i samband med exempelvis politiska påtryckningar eller regleringar av olika slag (Eriksson-Zetterquist 2009). I studien kan detta ses som en förklarande modell. Detta då det endast var vid brytpunkten mellan frivillig och obligatorisk hållbarhetsrapportering som både Scorett och Björn Borg uppvisade en kvalitetsförändring i kategorin trovärdighet. De har vid lagregleringen uppvisat en förbättring av kvaliteten.

I de andra företagens olika fall är KappAhl det enda företag som har reagerat i och med införande av obligatorisk hållbarhetsrapportering genom att uppvisa en kvalitetsförsämring i samband med lagändringen. Filippa K, H & M och Nilson Group har visat sig ha en oförändrad kvalitet 2016–2019. Gina Tricot och Vagabond har reagerat med en succesiv ökning av kvaliteten. Lindex har däremot reagerat med först en minskning och sedan en ökning åren efter lagändringen. Därutöver har RNB uppvisat blandade resultat mellan de studerade åren.



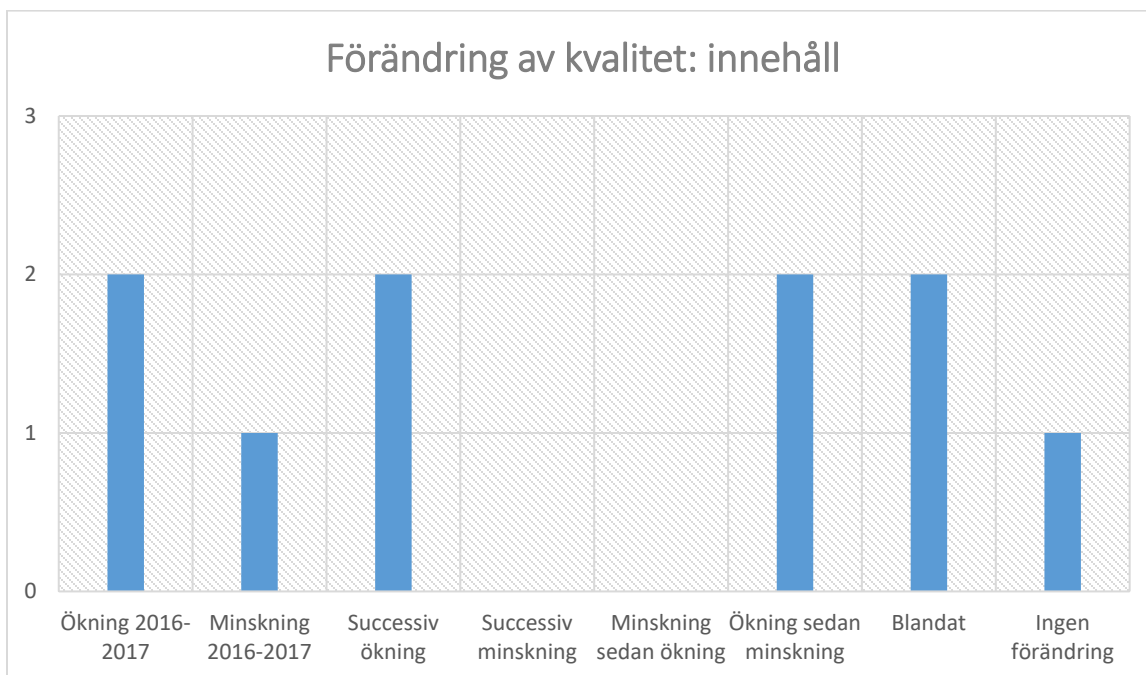
Figur 3: Spridningen av antal företag som uppvisar olika sorters förändring av kvalitet gällande kategorin trovärdighet.

5.2 Förändring gällande innehåll

GRI är en hållbarhetsstrategi som i viss mån används av flera av de studerade företagen. Vissa inspireras och andra använder de helt. GRI har flera principer som delvis berättar och guidar hur en hållbarhetsrapport kan upprättas. De mest relevanta för analysen inom innehåll är företagets relation och anknytning till sin sociala miljö. Detta är något Rimmel et al. (2018) beskriver som företagets relation och anknytning till sin sociala miljö med fokus på mänskliga resurserna. Vidare är det en faktor som avspeglar företagets moral och etik (ibid.). Det ligger i företagets etiska ansvarstagande att upplysa om händelser relaterat till säkerhet och hälsa, diskriminering och korruption.

Björn Borg och Filippa K är de företag som har uppvisat en förbättring i sin kvalitet i samband med lagändringen, medan H & M har uppvisat det motsatta. H & M har haft en försämring i kvaliteten i samband med lagändringen. Gina Tricot är det enda företag som inte har uppvisat någon förändring alls i kvaliteten på hållbarhetsrapporter upprättade 2016-2019. Nilson Group och Scorett har båda uppvisat en förbättrad kvalitet i samband med lagändringen, men som senare år har försämrats. Vagabond har uppvisat en succesiv ökning, likaså reagerade KappAhl med en

successiv ökning som kom åren efter lagändringen. För Lindex och RNB har det uppvisats både en ökning och en minskning i deras hållbarhetsrapporter mellan de studerade åren.



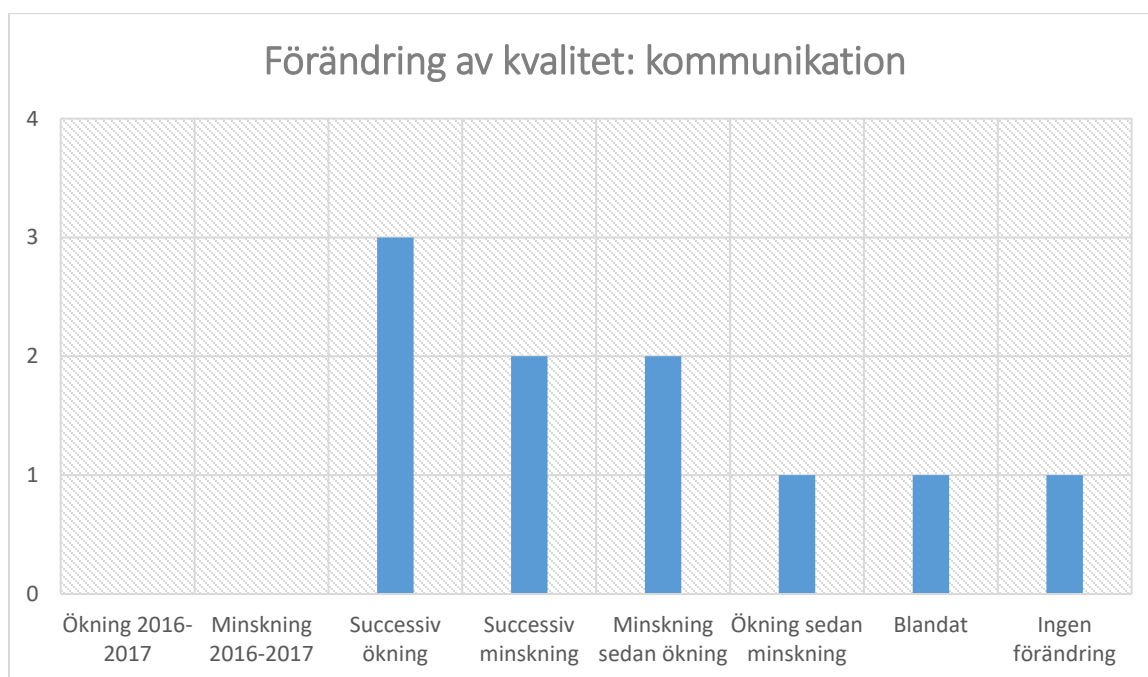
Figur 4: Spridningen av antal företag som uppvisar olika sorters förändring av kvalitet gällande kategorin innehåll.

5.3 Förändring gällande kommunikation

Det som kan användas som förklaringsmodell för kommunikationen i hållbarhetsrapporterna är intressentteorin. Företag kan genom att producera hållbarhetsrapporter tillfredsställa både primära och sekundära intressenter. Genom detta kan de skapa sig konkurrensfördelar då ryktet kan förbättras när de visar vad de gör för sina intressenter. Intressentteorin berör förhållandet mellan företag och samhälle i samband med företagets sociala ansvar. Därmed beskrivs olika sociala kontrakt som påverkar företagets agerande. (Westermark 2013)

I samband med detta är Björn Borg Vagabond och Flippa K de företag som har uppvisat en successiv ökning några år efter lagändringen. Motsatt effekt har H & M och Nilson Group uppvisat en successiv minskning i deras hållbarhetsrapporter några år efter lagändringen. Gina Tricot har först ökat sin kvalitet i samband med lagändringen för att därefter minska den något medan Scoretts kvalitet visade tvärtom; det minskade först i samband med lagändringen för att sedan öka

kvaliteten. Lindex har även de uppvisat en relativt stark kvalitet av kommunikation om 2018 års hållbarhetsrapport bortses. De låg stadigt på höga poäng förutom 2018 då de valde att endast redovisa sina höjdpunkter. KappAhl har haft ett oförändrat resultat i de studerade årens hållbarhetsrapporter. RNB har haft både en minskning och en ökning i de hållbarhetsrapporter som de upprättade.



Figur 5: Spridningen av antal företag som uppvisar olika sorters förändring av kvalitet gällande kategorin kommunikation.

Intressant utifrån denna kategori är att Björn Borg och Filippa K grupperas efter liknande målgrupp. Björn Borg och Filippa K följer efter varandras kvalitetsförändringar. Detta kan förklaras med utgångspunkt från institutionell teori om hur organisationer påverkas av sin omgivning som består av andra organisationer (Eriksson-Zetterquist 2009). Däremot kan den imiterande isomorfism användas som förklaringsmodell i viss mån då dessa företag verkar ha följt varandra.

Vidare går det även att använda sig av signalteorin för att förklara hur företagen har valt att arbeta med kategorin kommunikation. Signalteorin kan användas som en förklaringsmodell i förhållandet mellan avsändare och mottagare, nämligen mellan företag och dess intressenter (Connelly, Certo,

Ireland & Reutzel 2011). Inom kategorin kommunikation har majoriteten av de studerade företagens hållbarhetsrapporter uppvisat en hög kvalitet på underkategorin läsbarhet. Detta visar på öppenheten gällande både vad intressenterna får ta del av, men även hur läsbart och förståeligt det är. Därmed, i enlighet med signalteorin, kan detta tyda på att informationen i dessa hållbarhetsrapporter är både tillförlitlig och begriplig (Rimmel et al 2018).

5.4 Förändring av kvaliteten i hållbarhetsrapporterna

Studiens urval hade som grund dels kriterier som skulle uppfyllas gällande obligatorisk hållbarhetsrapportering dels att företagen frivilligt skulle ha upprättat hållbarhetsrapporter 2016. TBL syftar till att mäta företagens prestationer utifrån det ekonomiska, sociala och miljömässiga (Westermarck 2013). TBL är ett koncept som Rimmel et al. (2018) förklarar handlar om hur företag kan använda sin förståelse av sin sociala, miljö och ekonomisk påverkan. Där ekonomisk påverkan omfattar mer än bara ekonomiska resultat och kassaflöde, utan även omfattar hur företagets CSR-arbete ska vara långsiktigt lönsamt (ibid.). Företagen som ingick i studien har lagt stort fokus på de tre olika typer av prestationer som TBL innebär. Företagen har haft höga poäng och därmed hög kvalitet på de tre olika kategorierna. De sociala och miljömässiga prestationerna har företagen haft stort fokus på, där korruptionsbekämpning, arbetsförhållande, utsläpp och energiförbrukning har genererat höga poäng. De höga poängen har visat att det är viktigt för företagen att kommunicera sitt arbete i dessa prestationer.

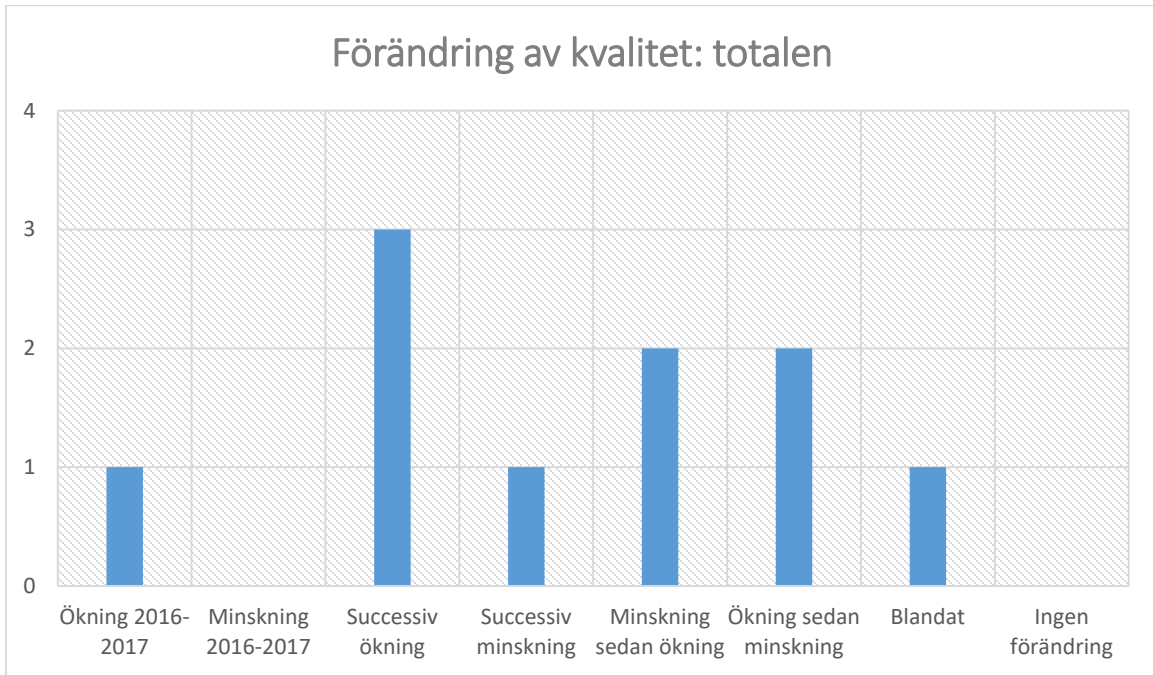
Organisationer omringas av organisationer och kan därför påverkas på olika sätt. Den institutionella teorin har tre olika sorters isomorfism. Den normativa isomorfismen hade ej lika stor påverkan på de studerade hållbarhetsrapporterna som den imiterande och den tvingande isomorfismen. För de undersökta företagen är Gina Tricot enda företag som har uppvisat en total kvalitetsförbättring i samband med lagändringen. Detta tyder på tvingande isomorfism; politiska påtryckningar från samhället eller exempelvis regleringar av olika slag som kan ha haft effekt på dess hållbarhetsrapporter (DiMaggio & Powell 1983). Björn Borg, Filippa K och Vagabond uppvisat en succesiv ökning mellan de studerade rapporterna.

Imiterande isomorfism beskriver hur företag imiterar och eftersträvar att likna varandra (DiMaggio & Powell 1983). Det finns inga företag där deras totala kvalitetsförändring liknar varandra de år

studien ämnar undersöka. Dock uppkommer företag som visar samma kvalitetsförändringar i en till två år i rad. Den imiterande isomorfism verkar därmed påverka liknande grupper av organisationer där organisationerna imiterar varandra åt båda håll gällande förändring av kvalitet. Vanligt är att organisationer imiterar andra organisationer som framstår som framgångsrika. Ur företagets perspektiv gällande kvalitet på hållbarhetsrapporterna kan framgångsrik betyda två olika saker. Dels de som uppnår en högre kvalitet och därmed möjligtvis får ett högre förtroende från olika intressenter, dels de som uppnår en lägre kvalitet men fortfarande lyckas hålla ett acceptabelt förtroende från intressenter. De företag som uppnår en lägre kvalitet kan därmed anses framgångsrika då intressenterna fortfarande har förtroende för dem samtidigt som hållbarhetsrapporterna kan produceras till en lägre kostnad.

Vidare är H & M är det enda företaget som har uppvisat en kvalitetsförsämring i samband med lagändringen och en fortsatt minskning de efterföljande årens studerade hållbarhetsrapporter. Detta skulle kunna förklaras med den sista typen av isomorfism: normativ isomorfism. Den beskriver hur trycket kommer från olika grupper att implementera vissa regler och normer. Därmed förklarar den hur en grupp eller organisation bestämmer vilka metoder och förhållanden som ska gälla för deras arbetsområde (Eriksson-Zetterquist 2009). H & M var det enda företaget i studiens urval som hade en granskande extern part där revisorn inte enbart skrev att de hade upprättat en hållbarhetsrapport. Den revisionsberättelse som H & M publicerade i slutet av sina hållbarhetsrapporter var detaljerat beskriven kopplat till GRI och de riktlinjer H & M hade valt att följa.

KappAhl och Lindex var de företag som uppvisade en kvalitetsförsämring som senare ledde till en kvalitetsförbättring. Tvärtom visade Nilson Group och Scorett en kvalitetsförbättring som senare ledde till en kvalitetsförsämring. Det företag som gav mest förändring i kvalitet var RNB som ansvarade för hållbarhetsredovisningen åt både Departments & Stores Europe och Polarn O. Pyret. Resultaten för de olika rapporterna blev väldigt blandat. De första tre åren ansvarade RNB för hållbarhetsredovisningen åt både Departments & Stores Europe och Polarn O. Pyret, medan de det sista året enbart ansvarade för den åt Departments & Store Europe. Polarn O. Pyret valde att själva upprätta en hållbarhetsrapport 2019/2020 som visade hög kvalitet vilket gav de en rejäl förbättring då de själva började att ansvara för sitt hållbarhetsarbete och dess rapportering.



Figur 6: Spridningen av antal företag som uppvisar olika sorters förändring av kvalitet på totalen.

6. Slutsatser

I detta avsnitt sammanställs studiens analys av hållbarhetsrapporternas förändring i kvalitet med en återkoppling till studiens syfte och frågeställning.

Studiens frågeställning löd som följande: "Hur har kvaliteten på modeföretags hållbarhetsrapporter påverkats när de blev lagstadgade att upprättas?" Utifrån denna fråga samt det analyserande avsnittet går det att dra enstaka slutsatser. Detta trots att förändringen inte visade sig vara vare sig entydig eller stor.

Resultatet visar att hållbarhetsrapporternas kvalitet har förändrats, men det går inte att se en tydlig direkt koppling till lagregleringen i Sverige. Lagregleringen var en konsekvens av det nya EU-direktivet gällande obligatorisk hållbarhetsredovisning och lagen började gälla rapporter från och med verksamhetsåret 2017. Det var endast Gina Tricot som på totalen ändrade sin kvalitet när det gick från frivillig till obligatorisk hållbarhetsrapportering. Därmed var det ett av totalt tio företag som i sin hållbarhetsredovisning visade en förändring relaterat till lagkravet.

De olika kategoriernas resultat visade några fler förändringar kopplade till lagregleringen. För kategorin trovärdighet hade två av de tio företagen ökat sin kvalitet: Björn Borg och Scorett. Detsamma gällde för kategorin innehåll där också två företag hade ökat: Björn Borg och Filippa K. Dock var det ett företag i kategorin innehåll som hade minskat kvaliteten i och med lagändringen och det var H & M. Gällande kategorin kommunikation var det inget företag som hade ökat eller minskat sin kvalitet på hållbarhetsrapporterna i samband med lagändringen.

Därmed visar studien att kvaliteten har förändrats på många olika sätt, men att förändringarna verkar påverkas av fler faktorer än lagändringen. Faktorer som istället förändrade kvaliteten är bland annat omgivningens krav samt samarbeten mellan de olika företagen och andra organisationer kopplat till modebranschen. Studien ger därmed en djupare förståelse kring vilka faktorer som kan påverka kvaliteten och att de som frivilligt hållbarhetsrapporterade innan lagändringen inte kom att påverkas speciellt mycket den.

Slutsatsen i denna studie bör inte antas generaliserbart då den urval av företag studien baseras på ej motsvarar hela modebranschen. Istället ämnar denna kvalitativa studie till att bidra med kunskap och fördjupad förståelse inom det undersökta området.

7. Diskussion

I det avslutande avsnittet diskuteras studiens resultat i relation till den tidigare forskning som i studien har diskuterats. Avsnittet avslutar med förslag på framtida studier inom ämnet hållbarhetsredovisning.

De slutsatser studien har kommit fram till visar på att kvaliteten och dess förändring verkar vara oberoende lagändringen då det bara är ett företag som ändrade sina hållbarhetsrapports totala kvalitet 2016–2017.

Tidigare studier har visat en stor oenighet kring huruvida ett krav på obligatorisk hållbarhetsrapportering har lett till förbättring av kvalitet på företags hållbarhetsrapportering. Feng och Ngai (2020) menar att företagen har skiftat från att arbeta förebyggande till att främja hållbara metoder samtidigt som företagen även oftare kommunicerar miljöfrågor snarare än arbetsmetoder. Det här märks tydligt även i det resultat denna studie har uppnått då företag har haft en jämnare kvalitet i miljöfrågor under kategorin trovärdighet. Många av företagen är dessutom tydliga med hur de ska arbeta för att bli mer hållbara och hur de använder sig av olika metoder för att lyckas.

En annan studie som visar att sannolikheten är låg att kvaliteten förbättras är den studie som Aureli, Salvatori och Magnaghi (2020) utfört. De diskuterar att den troliga orsaken till detta är att företagen försöker hålla nere sina kostnader. Deras studie kontra denna studies resultat är något olika då resultatet visar en förändring av kvalitet, där den största delen gäller en förbättring av kvaliteten. Denna studies bidrag till förståelse visar på att företagen snarare agerar tvärtom mot vad Aureli, Salvatori och Magnaghi (2020) visade. Modebranschen är starkt påverkad av intressenter av olika slag och intressenterna kräver mer och mer öppenhet från modebranschen. Därför kan företagens kostnader istället minska eller intäkter öka om kvaliteten förbättras i den information som ges. Detta visar även Loza Adai (2020) i sin studie där han menar på att företag i miljö känsliga branscher har en högre kvalitet på sina hållbarhetsrapporter. Loza Adai (2020) studie visade på en förbättring av kvalitet som skedde oavsett lagändringen vilket även denna studie visar på. De flesta av de studerade företagen upplevde en förändring av kvalitet oavsett lagändringen. Modebranschen är en miljö känslig bransch som kräver mycket av den information som ges och studien visar att kvaliteten hela tiden förbättras.

Vidare resulterade en studie gjord av Doni, Martini, Corvino och Mazzoni (2019) i att skiftet till obligatorisk hållbarhetsredovisning kan komma att förbättra företagens informationssystem samt deras utförande. Det är något som det råder delade meningar om enligt den empiri denna studie har framtagit. Då det endast är ett företag som har förbättrat sin kvalitet på hållbarhetsrapporterna i samband med lagändringen tyder det på att företagens informationssystem och utförande till stor del förbättras successivt med påverkan från andra faktorer som förklaras med hjälp av institutionell teori, intressentteori samt signalteori. Mycket genom att företagen för att skapa ett bra rykte om sig tillfredsställer de intressenter företaget har.

Resultatet från denna studie visar ingen entydig slutsats och då det är en kvalitativ studie går det ej att generalisera. Empirin ger istället en förståelse för hur större svenska modeföretag arbetar med hållbarhet och hur de når ut till sina intressenter. Kvalitet har förbättrats, liknande Loza Adai (2020), men de har även för vissa företag svajat eller försämrats. För vissa företag har olika kategorier inte visat på en förändring i kvalitet. Carungu, Di Pietra och Molinari (2020) menar att kvaliteten inte ökar i och med skiftet från frivillig till obligatorisk hållbarhetsrapportering. I likhet med deras studie visar denna studies resultat att detta stämmer överens med både de svajande kvalitetsändringarna, men även för de resultat som visar på successiva ökning eller minskningar. Carungu, Di Pietra och Molinari (2020) förklarar att detta kan bero på att det sedan tidigare finns imiterande isomorfism. Liknande går att se i resultatet för denna studie där isomorfism diskuteras både utifrån kategorin kommunikation och utifrån totalen. Företagen i modebranschen verkar följa varandra och många samarbetar med liknande organisationer som det även gör att de arbetar relativt lika med hållbarhet.

De begränsningar som finns i studien gäller exempelvis kodningsschemat som helhet. Studien utgick från hur Loza Adai (2020) och Helfaya, Whittington och Alawattage (2019) definierat kvalitet och vad trovärdighet, innehåll och kommunikation innebär. Begränsningen ligger i att kodningsschemat endast består av tre kategorier med vardera fyra underkategorier. Något som upplevs som en miss i dessa underkategorier är läsbarheten. Att ha den underkategorin när poängbestämningen gäller om något är narrativ och numeriskt presenterat kan ge en felaktighet i

empirin då alla hållbarhetsrapporter, oavsett kvalitet, presenterar både narrativt och numeriskt. Detta sett till deras fulla hållbarhetsrapporter.

7.1 Framtida studier

Denna studie har bidragit med kunskap kring kvaliteten på modebranschens producerade hållbarhetsrapporter och hur dessa har påverkats av lagkravet om obligatorisk hållbarhetsredovisning. Detta har gett en djupare förståelse av hur modebranschens hållbarhetsarbete har påverkats av den lagändring EU initierade som Sverige införde 2017.

I och med att denna studie baserades på fler än tre företag kan det saknas ett visst djup i analysen av varje enskilt företag. Istället har studien bidragit till ett övergripande bild över de valda företagen. Därför skulle ett intressant inslag vara att genomföra samma studie med fokus på två eller tre företag inom samma bransch. Antingen de företag som framstår som främsta miljöbovarna eller de som är mest representativa inom modebranschen. Då skulle studien kunna gå mer på djupet och undersöka än mer detaljerat hur dessa valda företags hållbarhetsarbete har påverkats av lagkravet på obligatorisk hållbarhetsredovisning. Dock skulle metoden behöva ändras en del då det skulle bli en mindre och mer fördjupande studie, men en innehållsanalys skulle fungera även där.

Ett annat förslag är att göra samma studie fortfarande i modebranschen. Skillnaden i den studien skulle kunna vara att ett av de valda kriterierna ligger i att företagen måste upprätta sina hållbarhetsrapporter i enlighet med GRI riktlinjer eller standards. Detta då utformningen i sig och strukturen på rapporten har en påverkan på kvaliteten av den information som presenteras i dessa rapporter. Vilket skulle kunna resultera i andra slutsatser. En sådan studie skulle ha goda förutsättningar att genomföras med den metod som tillämpats i denna studie. Detta då både kodningsschemat och kodningsmanualen i stort baserades på indikatorer hämtade från GRI riktlinjer och standards.

Avslutningsvis skulle samma studie kunna utföras inom andra branscher inom Sverige såsom byggbranschen eller fordonsindustrin. Dessa förslag på branscher är tillsammans med modebranschen miljö känsliga branscher. Där skulle då resultaten kunna jämföras med

modebranschen för att undersöka om lagstiftningen kring hållbarhetsredovisning har påverkat även andra miljöfarliga branschers hållbarhetsrapporter och dess kvalitet.

Referenslista

Al-Shaer, H. (2020). Sustainability reporting quality and post-audit financial reporting quality: Empirical evidence from the UK. *Business Strategy and the Environment*, 29(6), ss. 2355–2373. doi:10.1002/bse.2507

Ahmad, Y. J., El Serafy, S. & Lutz, E. (red.) (1989). *Environmental accounting for sustainable development*. Washington, D.C.: The World Bank.

<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.1031.9154&rep=rep1&type=pdf>

Alvesson, M. & Sköldböck, K. (2017). *Tolkning och reflektion: vetenskapsfilosofi och kvalitativ metod*. 2. uppl., Lund: Studentlitteratur.

Arvidsson S. (2019) An exposé of the challenging practice development of sustainability reporting: from the first wave to the EU Directive (2014/95/EU). I Arvidsson S. (red) *Challenges in Managing Sustainable Business*. Cham: Palgrave Macmillan, ss. 3-24. doi:10.1007/978-3-319-93266-8

Aureli, S., Salvatori, F. & Magnaghi, E. (2020). A country-comparative analysis of the transposition of the EU non-financial directive: An institutional approach. *Accounting, Economics, and Law: A Convivium*, 10(2). doi:10.1515/acl-2018-0047

Bengtsson, M. (2016). How to plan and perform a qualitative study using content analysis. *NursingPlus Open*, 2, ss. 8–14. doi:10.1016/j.npls.2016.01.001

Bolagsverket (2019). *Hållbarhetsrapport*.

<https://bolagsverket.se/ff/foretagsformer/aktiebolag/arsredovisning/delar/hallbarhetsrapport-1.17962> [2021-05-18]

Borglund, T., De Geer, H., Sweet, S., Frostenson, M., Lerpold, L. & Nor, S. (2017). *CSR and sustainable business*. Stockholm: Sanoma Utbildning.

Borglund, T., De Geer, H., Sweet, S., Frostenson, M., Grafström, M., Lerpold, L., Nordbrand, S., Sjöström, E. & Windell, K. (2021). *CSR och hållbart företagande*. 3. uppl., Stockholm: Sanoma Utbildning.

Brown, J. A. & Forster, W. R. (2013). CSR and stakeholder theory: A tale of Adam Smith. *Journal of Business Ethics*, 112(2), ss. 301-312. doi:10.1007/s10551-012-1251-4

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

Carungu, J., Di Pietra, R. & Molinari, M. (2020). Mandatory vs voluntary exercise on non-financial reporting: does a normative/coercive isomorphism facilitate an increase in quality?. *Meditari Accountancy Research*. doi:10.1108/MEDAR-08-2019-0540

Chang, W. F., Amran, A., Iranmanesh, M. & Foroughi, B. (2019). Drivers of sustainability reporting quality: financial institution perspective. *International Journal of Ethics and Systems*, 35(4), ss. 632-650. doi:10.1108/IJOES-01-2019-0006

Chen, Y. S. & Chang, C. H. (2013). Greenwash and green trust: The mediation effects of green consumer confusion and green perceived risk. *Journal of Business Ethics*, 114(3), ss.489–500. doi:10.1007/s10551-012-1360-0

Civilutskottet (2016). *Företagens rapportering om hållbarhet och mångfaldspolicy* (2016/17:CU2). Stockholm: Sveriges Riksdag.

Clean Clothes Campaign (u.å.). *Fashion's problems*. <https://cleanclothes.org/fashions-problems> [2021-10-03]

Connelly, B. L., Certo, S. T., Ireland, R. D. & Reutzel, C. R. (2011). Signaling theory: a review and assessment. *Journal of Management*, 37(1), ss. 39–67. doi:10.1177/0149206310388419

Correa-Garcia, J. A., Garcia-Benau, M. A. & Garcia-Meca, E. (2020). Corporate governance and its implications for sustainability reporting quality in Latin American business groups. *Journal of Cleaner Production*, 260, s. 121142. doi:10.1016/j.jclepro.2020.121142

Dahlerus, J. (2014). *Hållbar butik: Ett led i att hitta lösningar för att öka handelns ekonomiska, sociala och ekologiska hållbarhet*. Stockholm: Handelns Utvecklingsråd.

<https://handelsradet.se/wp-content/uploads/2010/05/2014-Hallbar-butik-resultat-fran-nio-forskningsprojekt.pdf>

Deegan, C. & Unerman, J. (2011). *Financial accounting theory: european edition*. New York: McGraw Hill Higher Education.

DiMaggio, P. & Powell, W. (1983). The iron cage revisited: institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American Sociological Review*, 48(2), ss. 147-160. doi:10.2307/2095101

Doni, F., Martini, S. B., Corvino, A. & Mazzoni, M. (2019). Voluntary versus mandatory non-financial disclosure: EU Directive 95/2014 and sustainability reporting practices based on empirical evidence from Italy. *Meditari Accountancy Research*, 28(5), ss. 781-802. doi:10.1108/MEDAR-12-2018-0423

Dumitru, M., Dyduch, J., Guşe, R. G. & Krasodomska, J. (2017). Corporate reporting practices in Poland and Romania—an ex-ante study to the new non-financial reporting European Directive. *Accounting in Europe*, 14(3), ss. 279-304. doi:10.1080/17449480.2017.1378427

Eriksson-Zetterquist, U. (2009). *Institutionell teori - Idéer, moden, förändring*. Malmö: Liber.

European Environment Agency (2020). *Private consumption: Textiles EU's fourth largest cause of environmental pressures after food, housing, transport*.

<https://www.eea.europa.eu/highlights/private-consumption-textiles-eus-fourth-1> [2021-03-12]

Feng, P. & Ngai, C. S. B. (2020). Doing more on the corporate sustainability front: a longitudinal analysis of CSR reporting of global fashion companies. *Sustainability*, 12(6), ss. 2477.

doi:10.3390/su12062477

Freeman, R. E. (2010). *Strategic management: a stakeholder approach*. Cambridge: Cambridge University Press.

Frostenson, M. & Helin, S. (2018). *Hållbarhetsredovisning: grunder, praktik och funktion*. 3. uppl., Stockholm: Liber.

Fuchs, D., Kalfagianni, A., Clapp, J. & Busch, L. (2011). Introduction to symposium on private agrifood governance: values, shortcomings and strategies. *Agriculture and Human Values*. 28(3), ss. 335–344. doi:10.1007/s10460-011-9310-5

Giorgio, M. & Cristian, R. L. A. (2019) Mandatory nonfinancial disclosure and its consequences on the sustainability reporting quality of Italian and German companies. *Sustainability*. 11(17), s. 4612. doi:10.3390/su11174612

Globala målen, United Nations Development Programme (UNDP) (2017). *Vad betyder hållbar utveckling?* <https://www.globalamalen.se/fragor-och-svar/vad-betyder-hallbar-utveckling/> [2021-10-03]

Goworek, H. (2011). Social and environmental sustainability in the clothing industry: a case study of a fair trade retailer. *Social Responsibility Journal*. 7(1), ss. 74–86.

doi:10.1108/174711111111114558

Graneheim, U. H. & Lundman, B. (2004). Qualitative content analysis in nursing research: concepts, procedures and measures to achieve trustworthiness. *Nurse Education Today*, 24(2), ss. 105–112. doi:10.1016/j.nedt.2003.10.001

GRI 101 (2016). *GRI 101: Foundation 2016*. Amsterdam: Global Reporting Initiative (GRI).
<https://www.globalreporting.org/standards/media/1036/gri-101-foundation-2016.pdf>

GRI 102 (2016). *GRI 102: General disclosures 2016*.
<https://www.globalreporting.org/standards/media/1037/gri-102-general-disclosures-2016.pdf>

GRI 103 (2016). *GRI 103: Management approach 2016*.
<https://www.globalreporting.org/standards/media/1038/gri-103-management-approach-2016.pdf>

Gulenko, M. (2018). Mandatory CSR reporting—literature review and future developments in Germany. *NachhaltigkeitsManagementForum*, 26, ss. 3-17. doi:10.1007/s00550-018-0476-9

Haniffa, R. M. & Cooke, T. E. (2005). The impact of culture and governance on corporate social reporting. *Journal of Accounting and Public Policy*, 24(5), ss. 391–430.
doi:10.1016/j.jaccpubpol.2005.06.001

Helfaya, A., Whittington, M. & Alawattage, C. (2019). Exploring the quality of corporate environmental reporting: Surveying preparers and users perceptions. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. 32(1), ss. 163-193. doi:10.1108/AAAJ-04-2015-2023

Johansson, C., Marton, J., Pautsch, G. & Johansson, R. (2017). *Extern Redovisning*. 5. uppl., Stockholm: Sanoma utbildning.

Joy, A., Sherry Jr, J. F., Venkatesh, A., Wang, J. & Chan, R. (2012). Fast fashion, sustainability, and the ethical appeal of luxury brands. *Fashion Theory*, 16(3), ss. 273–295.
doi:10.2752/175174112X13340749707123

Landrum, N. E. (2017). Stages of corporate sustainability: integrating the strong sustainability worldview. *Organization & Environment*, 31(4), ss. 287–313.
doi:10.1177/01086026617717456

Lozano, R., Nummert, B. & Ceulemans, K. (2016). Elucidating the relationship between sustainability reporting and organisational change management for sustainability. *Journal of Cleaner Production*, 125, ss. 168–188. doi:10.1016/j.jclepro.2016.03.021

Loza Adai, C. R. (2020). Sustainability reporting quality of peruvian listed companies and the impact of regulatory requirements of sustainability disclosures. *Sustainability*, 12(3), s. 1135. doi:10.3390/su12031135

Löhman, O. & Steinholtz, D. (2003). *Det ansvarsfulla företaget: corporate social reponsibility i praktiken*. Stockholm: Ekerlids Förlag.

Midby, A. & Sternö, J. (2019). *Modebranschen i Sverige statistik och analys 2019*. Stockholm: Sweden Fashion Association.
<https://www.teko.se/wp-content/uploads/modebranschen-i-sverige-statistik-2019.pdf>

Mion, G. & Loza Adai, C. R. (2019). Mandatory nonfinancial disclosure and its consequences on the sustainability reporting quality of Italian and German companies. *Sustainability*, 11(17), s. 4612. doi:10.3390/su11174612

Moses, E., Che-Ahmad, A. & Abdulmalik, S. O. (2020). Board governance mechanisms and sustainability reporting quality: A theoretical framework. *Cogent Business & Management*, 7(1), s. 1771075. doi:10.1080/23311975.2020.1771075

PwC (2016). *Lagstadgad hållbarhetsrapport från 2017*.
<https://www.pwc.se/sv/publikationer/finansiell-rapportering/lagstadgad-hallbarhetsrapport-fran-2017.html> [2021-10-03]

Rimmel, G., Jonäll, K., Sabelfeld, S., Skoog, M., Arvidsson, S., Beusch, P. & Hartmann, B. (2018). *Redovisning för hållbarhet*. Stockholm: Sanoma Utbildning.

Scherman, L. (2019). FN: Klädindustrin släpper ut mer växthusgaser än flygen. *SVT*, 1 juni. <https://www.svt.se/nyheter/utrikes/fn-kladindustrin-slapper-ut-mer-vaxthusgaser-an-flygen> [2021-10-03]

SFS 1995:1554. *Årsredovisningslag*. Stockholm: Justitiedepartementet.

Svensk Handel (2016). *Ny lag om hållbarhetsredovisning*.

<https://www.svenskhandel.se/nyhetscenter/nyheter/2016/ny-lag-om-hallbarhetsredovisning/> [2021-10-03]

Tillväxtanalys (2018). *Från frivillig till obligatorisk hållbarhetsrapportering*. Östersund: Tillväxtanalys.

https://www.tillvaxtanalys.se/download/18.62dd45451715a00666f1b4cf/1586366155881/PM%202018_22_Fr%C3%A5n%20frivillig%20till%20obligatorisk%20h%C3%A5llbarhetspr%C3%B6vning.pdf

Venturelli, A., Caputo, F., Cosma, S., Leopizzi, R. & Pizzi, S. (2017). Directive 2014/95/EU: are Italian companies already compliant?. *Sustainability*, 9(8), s. 1385. doi:10.3390/su9081385

Westermarck, C. (2013). *Hållbarhetsredovisning teori, standarder och praktisk tillämpning*. Lund: Studentlitteratur.

Wilson, J. P. (2015). The triple bottom line: undertaking an economic, social, and environmental retail sustainability strategy. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 43(4/5), ss. 432–447. doi:10.1108/IJRDM-11-2013-0210

Zhao, K. (2020). *Corporate social responsibility reporting: the case of the fashion industry*.

Diss. Storrs: University of Connecticut. https://opencommons.uconn.edu/srhonors_theses/728

Bilaga 1 - Statistiska branschposter (SNI)

Agentur	Partihandel/ Grosshandel	Butikshandel	Distans- och e-handel	Tillverkning
46 - Parti- och provisionshandel utom med motorfordon	46 - Parti- och provisionshan- del utom med motorfordon	47 - Detaljhandel utom med motorfordon och motorcyklar	47 - Detaljhandel utom med motorfordon och motorcyklar	13 – Textilvarutillverkn- ing 14-Tillverkning av kläder 15 - Tillverkning av läder, läder- och skinnvaror m.m.
46160 - Provisionshandel med textilier, kläder, skodon och lädervaror	46410 - Partihandel med textilier	47510 - Specialiserad butikshandel med textilier	47912 - Postorderhand- el och detaljhandel på Internet med beklädnadsvar- or	13.100, 13.200, 13.300, 13.910, 13.921, 13.922, 13.930, 13.940, 13.950, 13.960, 13.990
	46420 - Partihandel med kläder och skodon	47711 - Specialiserad butikshandel med herr-, dam- och barnkläder, blandat		14.110, 14.120, 14.130, 14.140, 14.190, 14.200, 14.310, 14.390
		47712 - Specialiserad butikshandel med herrkläder		15.110, 15.120, 15.200
		47713 - Specialiserad butikshandel med damkläder		
		47714 - Specialiserad butikshandel med barnkläder		
		47715 - Specialiserad		

		butikshandel med pälsar		
		47721 - Specialiserad butikshandel med skodon		
		47722 - Specialiserad butikshandel med väskor, reseffekter och lädervaror		

Bilaga 2 - Sammanställning av sökta branscher ur branschlista

En tabell över de branscher från databasens egen branschlista som studien använder sig av i sökningen av företag som matchar studiens kriterier.

Detaljhandel	Partihandel	Tillverkning & industri
Kläder, butikshandel	Hudar, skinn & läder, partihandel	Arbets- och skyddskläder, tillverkning
Skor, väskor & reseffekter, butikshandel	Kläder & skor, partihandel	Kläder & textilier, tillverkning
Textilier, butikshandel	Textilier, kläder & skodon, partihandel	Läder- och skinnkläder, tillverkning
	Textilier, partihandel	Skor, tillverkning
		Strumpor, tillverkning

Bilaga 3 - Sökresultat efter kriterier för obligatorisk hållbarhetsrapportering

Tre olika sökningar baserade på de tre olika kriterierna för att det ska vara obligatoriskt att upprätta hållbarhetsrapportering. Företagen uppfyller förutom de valda sökkriterierna även resterande sökkriterier som gäller för studien. Finns företaget med på två eller tre av sökningarna uppfyller företaget 2020 mer än ett av kriterierna för att upprätta en lagstadgad hållbarhetsrapport.

Nettoomsättning 350 000 tkr (>349 999 “omsättning”):

1. Filippa K Aktiebolag
2. Aktiebolaget Ludvig Svensson
3. J. Lindeberg Aktiebolag
4. Gant Sweden Aktiebolag
5. Fitesa Sweden AB
6. Nakdcom One World AB
7. Oscar Jacobson Aktiebolag
8. Fjällräven International AB
9. ELMO SWEDEN AB
10. Departments & Stores Europe AB
11. Eton AB
12. Outnorth AB
13. Gina Tricot Försäljnings AB
14. Martin Magnusson & Co Aktiebolag
15. Voith Paper Fabrics Högsjö AB
16. Polarn O. Pyret Aktiebolag
17. Sneakersnstuff AB
18. Cimbria Holding AB
19. Lindex Sverige AB
20. BESTSELLER Stores Sverige AB
21. Craft of Scandinavia AB
22. Ralph Lauren Scandinavia AB
23. I-Sport Retail AB
24. Rizzo Group AB

25. ettfemsju själ AB
26. JC Sverige AB
27. VF Sweden AB
28. Luxaflex Scandinavia AB
29. Dressmann AB
30. Freudenberg Home and Cleaning AB
31. Aktiebolaget Blåkläder
32. Ejendals Aktiebolag
33. Fristads AB
34. Vagabond Skor Varberg Aktiebolag
35. Vagabond International Aktiebolag
36. Bergman & Beving Safety AB
37. Bestseller Sverige Aktiebolag
38. Hugo Boss Scandinavia AB
39. New Wave Mode Aktiebolag
40. Didriksons Regnkläder AB
41. Elis Design & Supply Chain Centre AB
42. Aktiebolaget Anders Westerlind
43. Nudie Jeans Marketing Aktiebolag
44. Björn Borg Clothing AB
45. Helly Hansen AB
46. Nilson Group AB
47. Scorett Footwear AB
48. ITX Sverige AB
49. Gudrun Sjödén Sverige AB
50. Cubus AB
51. Lisa Cassels I Nordstan AB
52. Gant AB
53. Acne Studios AB
54. Hultafors Group AB
55. Gina Tricot AB

56. Procurator AB
57. PUMA Nordic AB
58. H & M Hennes & Mauritz GBC AB
59. KappAhl Sverige AB
60. Lager 157 AB
61. Indiska Magasinet Aktiebolag
62. H & M Hennes & Mauritz Sverige AB

Balansomslutning 175 000tkr (>174 999 “totala tillgångar”):

1. Saab Barracuda AB
2. Filippa K Aktiebolag
3. Aktiebolaget Ludvig Svensson
4. J. Lindeberg Aktiebolag
5. Gant Sweden Aktiebolag
6. Tranemo Textil Aktiebolag
7. Tiger of Sweden Aktiebolag
8. Fitesa Sweden AB
9. Nakdcom One World AB
10. Engtex AB
11. Fjällräven International AB
12. ELMO SWEDEN AB
13. Eton AB
14. Departments & Stores Europe AB
15. Outnorth AB
16. Voith Paper Fabrics Holding AB
17. Gina Tricot Försäljnings AB
18. Bik Bok AB
19. Peak Performance Production AB
20. Brothers AB
21. Martin Magnusson & Co Aktiebolag
22. Voith Paper Fabrics Högsjö AB

23. Polarn O. Pyret Aktiebolag
24. Sneakersnstuff AB
25. Cimbria Holding AB
26. Lindex Sverige AB
27. BESTSELLER Stores Sverige AB
28. Albany International Aktiebolag
29. Craft of Scandinavia AB
30. FaBric Scandinavien AB
31. Aktiebolaget Svenskt Konstsilke
32. Ralph Lauren Scandinavia AB
33. I-Sport Retail AB
34. Rizzo Group AB
35. Freudenberg Home and Cleaning Solutions AB
36. ettfemsju själ AB
37. JC Sverige AB
38. Poco Loco Svenska AB
39. SBH Group Aktiebolag
40. Aktiebolaget Blåkläder
41. Ejendals Aktiebolag
42. Fristads AB
43. Vagabond Skor Varberg Aktiebolag
44. Vagabond International Aktiebolag
45. Bergman & Beving Safety AB
46. Bestseller Sverige Aktiebolag
47. Hugo Boss Scandinavia AB
48. New Wave Mode Aktiebolag
49. Didriksons Regnkläder AB
50. Aktiebolaget Anders Westerlind
51. Nudie Jeans Marketing Aktiebolag
52. Björn Borg Clothing AB
53. Fenix Outdoor AB

54. Odd Molly International AB
55. 5.11 International AB
56. Björn Borg Sweden AB
57. Guide Gloves AB
58. Jobman Workwear AB
59. Dressmann AB
60. Nilson Group AB
61. Scorett Footwear AB
62. ITX Sverige AB
63. Aktiebolaget Nevotex
64. Cubus AB
65. MQ MarQet AB
66. Björn Borg Retail AB
67. Gant AB
68. Acne Studios AB
69. Hultafors Group AB
70. Gina Tricot AB
71. Procurator AB
72. PUMA Nordic AB
73. H & M Hennes & Mauritz GBC AB
74. KappAhl Sverige AB
75. Lager 157 AB
76. Indiska Magasinet Aktiebolag
77. H & M Hennes & Mauritz Sverige AB

250 (>249 “antal anställda”):

1. Wedding House Stockholm AB
2. Departments & Stores Europe AB
3. Gina Tricot Försäljnings AB
4. Artex AB
5. Lindex Sverige AB

6. BESTSELLER Stores Sverige AB
7. Albany International Aktiebolag
8. I-Sport Retail AB
9. Rizzo Group AB
10. ettfemsju själ AB
11. Dressmann AB
12. Aktiebolaget Blåkläder
13. Ejendals Aktiebolag
14. Vagabond Skor Varberg Aktiebolag
15. Aktiebolaget Anders Westerlind
16. Nilson Group AB
17. Scorett Footwear AB
18. ITX Sverige AB
19. Cubus AB
20. MQ MarQet AB
21. H & M Hennes & Mauritz GBC AB
22. KappAhl Sverige AB
23. Lager 157 AB
24. Indiska Magasinet Aktiebolag
25. H & M Hennes & Mauritz Sverige AB

Bilaga 4 – Sammanställd lista över svenska modedeföretag som uppfyller mer än ett kriterium

Listan innehåller de 57 företag som uppfyller kraven (2021) för att behöva upprätta en lagstadgad hållbarhetsrapport. Kolumnen med kommentarer innehåller information om huruvida företaget är bortfall och i de fallen även varför de hamnar under kategorin bortfall.

Företag	Kommentarer
Filippa K Aktiebolag	Har upprättat separata hållbarhetsrapporter 2016–2019. Dock endast noterat att de finns separat i årsredovisningar 2017–2019. Hållbarhetsrapporterna är upprättade i enlighet med ÅRL, 6 kap.
Aktiebolaget Ludvig Svensson	Bortfall. Har upprättat en integrerad hållbarhetsrapport 2016. Har upprättat separata hållbarhetsrapporter 2017–2019. Hållbarhetsrapporterna är upprättade i enlighet med ÅRL, 6 och 7 kap. Av de separata hållbarhetsrapporterna finns bara 2019 tillgänglig.
J. Lindeberg Aktiebolag	Bortfall. Har upprättat en integrerad hållbarhetsrapport 2016. Har upprättat separata hållbarhetsrapporter 2017–2019. Hållbarhetsrapporterna är upprättade i enlighet med ÅRL, 6 kap. Av de separata hållbarhetsrapporterna finns bara 2018 och 2019 tillgänglig.
Gant Sweden Aktiebolag	Bortfall. Har ej upprättat hållbarhetsrapport 2016. Har ej upprättat hållbarhetsrapporter 2017–2019 då koncernmoderbolaget Gant

	<p> Holding AB (Sverige) har upprättat dessa i enlighet med ÅRL, 6 kap.</p>
<p> Gant AB</p>	<p>Bortfall. Har ej upprättat hållbarhetsrapport 2016. Har ej upprättat hållbarhetsrapporter 2017–2019 då koncernmoderbolaget Gant Holding AB (Sverige) har upprättat dessa i enlighet med ÅRL, 6 kap.</p>
<p> Fitesa Sweden AB</p>	<p>Bortfall. Har upprättat kort miljöinformation men inga större hållbarhetsupplysningar 2016. Har ej upprättat hållbarhetsrapporter 2017–2019 då koncernmoderbolaget Fitesa SA (Brasilien) har upprättat dessa i enlighet med GRI Standards.</p>
<p> Nakdcom One World AB</p>	<p>Bortfall. Har ej upprättat hållbarhetsrapporter 2016–2018. Har upprättat en separat hållbarhetsrapport 2019. Den är upprättad i enlighet med ÅRL.</p>
<p> Fjällräven International AB</p>	<p>Bortfall. Har ej upprättat en hållbarhetsrapport 2016. Har ej upprättat hållbarhetsrapporter 2017–2019 då koncernmoderbolaget Fenix Outdoor International AG (Schweiz) har upprättat dessa i enlighet med GRI Standards och UN Global Compacts principer. Moderbolaget har upprättat rapporter sedan 2013.</p>
<p> Elmo Sweden AB</p>	<p>Bortfall. Bransch ej kompatibel med studien; möbel- och bilindustri.</p>
<p> Departments & Stores Europe AB</p>	<p> Har ej upprättat några hållbarhetsrapporter 2016–2017 (Klassat som mindre företag 2016). Hänvisar i not till moderbolaget RNB Retail and Brands AB som har upprättat</p>

	<p>hållbarhetsrapporter 2018 och 2019. Moderbolaget har upprättat hållbarhetsrapporter sedan 2007.</p>
Eton AB	<p>Bortfall. Har ej upprättat en hållbarhetsrapport 2016. Har upprättat separata hållbarhetsrapporter 2017–2019. Inspireras av GRI Standards.</p>
Outnorth AB	<p>Bortfall. Har ej upprättat hållbarhetsrapporter 2016–2018. Har ej upprättat en hållbarhetsrapport 2019 då koncernmoderbolaget Egmont Fonden CVR (Danmark) har upprättat denna.</p>
Gina Tricot Försäljnings AB	<p>Se Gina Tricot AB för rapporterna. Har upprättat separata hållbarhetsrapporter 2016–2019. Dock endast noterat att de finns separat i årsredovisningar 2017–2019. Hållbarhetsrapporterna är upprättade i enlighet med GRI Standards, nivå core.</p>
Gina Tricot AB	<p>Har upprättat separata hållbarhetsrapporter 2016–2019. Finns noterat att de finns separat i årsredovisningar 2016–2019. Hållbarhetsrapporterna är upprättade i enlighet med GRI Standards, nivå core.</p>
Martin Magnusson & Co Aktiebolag	<p>Bortfall. Har ej upprättat hållbarhetsrapporter. <u>Nämner ingenting</u> om det i årsredovisningarna.</p>
Voith Paper Fabrics Högsjö AB	<p>Bortfall. Bransch ej kompatibel med studien; maskinbeklädnad.</p>
Polarn O. Pyret Aktiebolag	<p>Koncernmoderbolaget RNB Retail and Brands AB (Sverige) upprättar deras hållbarhetsrapporter 2016–2019. 2016–2017</p>

	är hållbarhetsredovisningen integrerad med Polarn O. Pyret Aktiebolags årsredovisningar. 2018–2019 är hållbarhetsrapporterna separerade. Hållbarhetsrapporterna är upprättade i enlighet med GRI Standards, nivå core.
Sneakersnstuff AB	Bortfall. Har ej upprättat hållbarhetsrapporter. <u>Nämner ingenting</u> om det i årsredovisningarna.
Cimbria Holding AB	Bortfall. Har ej upprättat hållbarhetsrapporter 2016–2017. Har upprättat icke-finansiell information 2018 och 2019.
Lindex Sverige AB	Har upprättat information om hållbarhet 2016. Har upprättat separata hållbarhetsrapporter 2017–2019. Hållbarhetsrapporterna är upprättade i enlighet med GRI Standards, G4-riktlinjerna.
Bestseller Stores Sverige AB	Bortfall. Har ej upprättat hållbarhetsrapporter. <u>Nämner ingenting</u> om det i årsredovisningarna.
Bestseller Sverige Aktiebolag	Bortfall. Har ej upprättat hållbarhetsrapporter. <u>Nämner ingenting</u> om det i årsredovisningarna. Koncernmoderbolaget Bestseller A/S (Danmark) upprättar egna hållbarhetsrapporter som gäller Bestseller A/S och Vila A/S.
Craft of Scandinavia AB	Bortfall. Har ej upprättat en hållbarhetsrapport 2016. Har ej upprättat hållbarhetsrapporter 2017–2019 då moderbolaget New Wave Group AB

	(Sverige) har upprättat dessa med stöd av GRI Standards.
Ralph Lauren Scandinavia AB	Bortfall. Har ej upprättat hållbarhetsrapporter. <u>Nämner ingenting</u> om det i årsredovisningarna.
I-Sport Retail AB	Bortfall. Har inte upprättat någon hållbarhetsrapport 2016. Hänvisar i not till moderbolagets Intersport Sverige Holding AB som upprättar integrerade hållbarhetsrapporter 2017–2019.
Rizzo Group AB (tidigare Venue Retail Group)	Bortfall. Har upprättat integrerade hållbarhetsrapporter 2016–2019. Det är ej möjligt att läsa då deras hemsida blockerar hållbarhetsrapporterna.
ettfemsju själ AB	Bortfall. Samma information som dotterbolaget Lager 157 AB och samma hållbarhetsrapporter.
Lager 157 AB	Bortfall. Har inte upprättat någon hållbarhetsrapport 2016. Har upprättat integrerade hållbarhetsrapporter 2017–2019. Hållbarhetsrapporterna är upprättade i enlighet med GRI standards.
JC Sverige AB	Bortfall. Konkurs inledd 2019-04-25.
Dressmann AB	Bortfall. Har ej upprättat en hållbarhetsrapport 2016. Har ej upprättat hållbarhetsrapporter 2017–2019 då koncernmoderbolaget Varner Holding AS (Norge) har upprättat dessa i enlighet med the Swedish Statutory Reporting och GRI Standards, nivå core.

Freudenberg Home and Cleaning Solutions AB	Bortfall. Bransch ej kompatibel med studien; kemisktekniska produkter samt maskiner och utensilier för framställning av dylika.
Aktiebolaget Blåkläder	Bortfall. Har ej upprättat hållbarhetsrapport 2016. Har upprättat separata hållbarhetsrapporter 2017–2019.
Ejendals Aktiebolag	Bortfall. Har upprättat integrerad icke-finansiell information 2016. Har upprättat separata hållbarhetsrapporter 2017–2019. Går dock bara att hämta senaste årets (2019) på deras hemsida.
Fristads AB	Bortfall. Har upprättat icke-finansiell information 2016. Har upprättat separata hållbarhetsrapporter 2017–2019. Kan bara hämta den senaste.
Vagabond Skor Varberg Aktiebolag	Har upprättat separata hållbarhetsrapporter 2016–2019. Dock endast noterat att de finns separat i årsredovisningar 2017–2019. Hållbarhetsrapporterna är upprättade av Vagabond International Aktiebolag i enlighet med GRI standards, nivå core.
Vagabond International Aktiebolag	Har upprättat separata hållbarhetsrapporter 2016–2019. Dock endast noterat att de finns separat i årsredovisningar 2017–2019. Hållbarhetsrapporterna är upprättade i enlighet med GRI Standards, nivå core.
Bergman & Beving Safety AB	Bortfall. Har ej upprättat hållbarhetsrapporter 2016–2017. Har ej upprättat hållbarhetsrapporter 2018–2019 då moderbolaget Bergman & Beving AB

	(Sverige) har upprättat dessa i enlighet med GRI Standards, nivå core.
Hugo Boss Scandinavia AB	Bortfall. Har ej upprättat hållbarhetsrapporter. <u>Nämner ingenting</u> om det i årsredovisningarna.
New Wave Mode Aktiebolag	Bortfall. Har ej upprättat hållbarhetsrapporter. <u>Nämner ingenting</u> om det i årsredovisningarna. New Wave Group AB är moderbolag och upprättar separerade hållbarhetsrapporter 2017–2019.
Didriksons Regnkläder AB	Bortfall. Har ej upprättat hållbarhetsrapporter 2016–2017. Har upprättat integrerade hållbarhetsrapporter 2018–2019.
Aktiebolaget Anders Westerlind	Bortfall. Har ej upprättat hållbarhetsrapporter. <u>Nämner ingenting</u> om det i årsredovisningarna.
Nudie Jeans Marketing Aktiebolag	Bortfall. Har ej upprättat hållbarhetsrapporter 2016–2018. Har upprättat en separerad hållbarhetsrapport 2019. Hållbarhetsrapporten har upprättats i enlighet med GRI Standards och the Sustainable Development Goals.
Björn Borg Clothing AB	Har upprättat en integrerad hållbarhetsrapport 2016. Hänvisar i not till moderbolaget Björn Borg AB (Sverige) som har upprättat separerade hållbarhetsrapporter 2017–2019 med inspiration från GRI Standards, nivå core.
Nilson Group AB	Har upprättat separata hållbarhetsrapporter 2016–2019. Dock endast noterat att de finns separat i årsredovisningar 2017–2019. Tillämpar GRI standards, nivå core.

Scorett Footwear AB	Har upprättat separata hållbarhetsrapporter 2016–2019. Dock endast noterat att de finns separat i årsredovisningar 2017–2019. Inspireras i möjligaste mån av GRI-standards.
ITX Sverige AB (Zara Sverige AB)	Bortfall. Har ej upprättat hållbarhetsrapporter 2016–2017. Har ej upprättat hållbarhetsrapporter 2018–2019 då moderbolaget Inditex SA (Spanien) har upprättat dessa.
Cubus AB	Bortfall. Har ej upprättat någon hållbarhetsrapport 2016. Har ej upprättat hållbarhetsrapporter 2017–2019 då moderbolaget Varner Holding AS (Norge) har upprättat dessa.
Acne Studios AB	Bortfall. Har ej upprättat någon hållbarhetsrapport 2016–2017. Har upprättat separata hållbarhetsrapporter 2018–2019 för koncernen.
Hultafors Group AB	Bortfall. Har upprättat integrerad icke-finansiell information 2016. Hänvisar till moderbolaget Investment AB Latour (Sverige) som har upprättat integrerade hållbarhetsrapporter 2017–2019. Bransch ej kompatibel med studien; bland annat skyddskläder samt arbetsverktyg.
Procurator AB	Bortfall. Har upprättat integrerad icke-finansiell information 2016. Hänvisar till moderbolaget OptiGroup AB (Sverige) som har upprättat integrerade hållbarhetsrapporter 2017–2019. Bransch ej kompatibel med

	studien; bland annat skyddsmaterial och papper.
Puma Nordic AB	Bortfall. Har upprättat icke-finansiell information 2016–2019, men ej av karaktären hållbarhetsrapport. Hänvisar ej till moderbolaget.
H & M Hennes & Mauritz GBC AB	Har upprättat integrerade hållbarhetsrapporter 2016–2019 där de även hänvisar till de separata hållbarhetsrapporterna moderbolaget H & M Hennes & Mauritz AB upprättar i enlighet med GRI Standards, nivå core.
H & M Hennes & Mauritz Sverige AB	Se H & M Hennes & Mauritz GBC AB. Har upprättat integrerade hållbarhetsrapporter 2016–2019 där de 2016–2017 hänvisar till koncernens årliga hållbarhetsrapporter.
KappAhl Sverige AB	Har upprättat integrerade hållbarhetsrapporter 2016/2017–2018/2019. Separerad hållbarhetsrapport 2019/2020. Hållbarhetsrapporterna är upprättade i enlighet med GRI standards, nivå core.
Indiska Magasinet Aktiebolag	Bortfall. Har upprättat integrerad icke-finansiell information 2016–2019. Separata hållbarhetsrapporter 2018 och 2019. 2018 års rapport finns inte tillgänglig. Hållbarhetsrapporterna är upprättade i enlighet med GRI standards, nivå core.
Albany International Aktiebolag	Bortfall. Industritextilier.
MQ MarQet AB	Bortfall. Bolaget har varit vilande.