



HÖGSKOLAN
DALARNA

Examensarbete

Kandidatnivå

Hållbarhetsredovisning

En studie om hur företag inom modebranschen har utvecklat sin hållbarhetsredovisning

Författare: Lisa Eljans & Malin Schmidt

Handledare: Åsa Grek

Examinator: Bertil Olsson

Ämne: Redovisning

Kurskod: FÖ2023

Poäng: 15 hp

Examinationsdatum: 2017-05-23

Vid Högskolan Dalarna finns möjlighet att publicera examensarbetet i fulltext i DiVA. Publiceringen sker open access, vilket innebär att arbetet blir fritt tillgängligt att läsa och ladda ned på nätet. Därmed ökar spridningen och synligheten av examensarbetet.

Open access är på väg att bli norm för att sprida vetenskaplig information på nätet. Högskolan Dalarna rekommenderar såväl forskare som studenter att publicera sina arbeten open access.

Jag/vi medger publicering i fulltext (fritt tillgänglig på nätet, open access):

Ja

Nej

Förord

Vi vill rikta ett stort tack till vår handledare Åsa Grek som bidragit till goda råd och vägledning som varit till stor hjälp genom uppsatsens gång.

Högskolan Dalarna

Borlänge, 23 maj 2017

Malin Schmidt

Lisa Eljans

Sammanfattning

Miljö- och hållbarhetsredovisning är ett viktigt verktyg för att företag ska kunna visa vilket ansvar de tar och vad de gör för att bidra till en hållbar utveckling. Utsläpp från klädproduktion har en negativ påverkan på miljön och följderna av dessa handlingar är en av flera bidragande orsaker till klimatförändringarna, varav vi finner det betydande att studera om företagen har utvecklat sin redovisning.

Syfte: Syftet med studien är att genom granskning av hållbarhetsredovisningar förklara hur företag inom modebranschen har utvecklat sin hållbarhetsredovisning.

Frågeställningar:

- Har företagens redovisning tenderat att efterlikna varandra?
- Har företagen utvecklat en egen branschstandard gällande sin hållbarhetsredovisning?

Metod: Studien består av en kvantitativ metod i form av textanalys, där sex utvalda modeföretags hållbarhetsredovisningar har studerats under åren 2012 och 2015 vilka finns publicerade på respektive företags hemsida.

Resultat: Resultatet av studien visar att det till viss del har skett en utveckling av företagens redovisning om hållbarhet. Utvecklingen visar att företagen tenderar att redovisa liknande innehållskategorier vilket kan tyda på att de har utformat en egen branschstandard.

Nyckelord: Hållbarhetsredovisning, miljö, utveckling, branschstandard, GRI

ABSTRACT

Sustainability reporting is an important tool for companies to show the extent of their sustainability work. Emissions from clothing production have a negative impact on the environment and the consequences of these actions are a contributing factor to the climate changes.

Purpose: The purpose of this study is to explain, through the review of sustainability reports, how companies in the fashion industry have developed their accounts from an environmental perspective.

Research questions:

- Have companies' accounts tended to mimic each other?
- Has the companies' developed its own industry standard regarding its sustainability accounting?

Method: The study consists of a quantitative method in the form of text analysis, where six selected fashion companies' sustainability reports have been studied in 2012 and 2015, which are published on the respective company's website.

Conclusion: The result of the study shows that, to some extent, there has been a development of companies' accounting. The trend shows that companies tend to report similar content categories, which may indicate that they have developed their own industry standard.

Key Words: Sustainability report, environment, development, industry standard, GRI

Innehållsförteckning

1.	Inledning	1
1.1	Tidigare forskning.....	2
1.2	Problematisering	3
1.3	Syfte	4
1.3.1	Frågeställningar.....	4
1.3.2	Avgränsning	4
2.	Teoretisk referensram	5
2.1	Legitimitetsteorin.....	5
2.2	Intressentteorin.....	6
2.3	Positive Accounting Theory (PAT)	7
2.4	Greenwashing	8
2.5	Riktlinjer för hållbarhetsredovisning	8
2.5.1	Global Reporting Initiative (GRI).....	8
2.5.2	Global Compact	10
2.5.3	Nya lagkravet på hållbarhetsredovisning.....	10
3.	Metod	11
3.1	Textanalys	11
3.2	Alternativa metoder	13
3.3	Metodkritik	13
4.	Resultat	13
4.1	Hållbarhetsredovisningens omfattning	14
4.2	Hållbara material.....	15
4.3	Återvinning	18
4.4	Koldioxidutsläpp (CO ₂) från transporter.....	19
4.5	Vattenförbrukning.....	22
4.6	Energiförbrukning.....	24
4.7	GRI.....	25
5.	Analys	26
6.	Diskussion.....	28
7.	Slutsats	31
8.	Källförteckning	32
	Bilaga	

Figurförteckning

Figur 1: Antal sidor i respektive års hållbarhetsredovisning.....	14
Figur 2: Andel hållbart material av totalt antal producerade plagg.....	16
Figur 3: Mängd redovisat koldioxidutsläpp från transporter, mätt i ton....	19
Figur 4: Ton koldioxidutsläpp per transport för Gina Tricot.....	20
Figur 5: Ton koldioxidutsläpp per transport för MQ.....	20
Figur 6: Ton koldioxidutsläpp per transport för Filippa K.....	20
Figur 7: Andel utsläpp per transport för KappAhl.....	21
Figur 8: Andel utsläpp per transport för Åhléns	21
Figur 9: Andel utsläpp per transport för Lindex.....	21
Figur 10: Företag som följt GRI:s standard samt tillämpningsnivå.....	25

1. Inledning

Miljöfrågor är idag fortfarande ett aktuellt ämne och genom sin hållbarhetsredovisning kan företag förmedla det ansvar de tar för att bidra till en hållbar utveckling¹. Att hållbarhetsarbetet har fått en allt mer betydande roll är enligt Frostenson, Helin och Sandström (2015) tydligt då förekomsten av hållbarhetsredovisning i hög grad har ökat under 2000-talet, och det är numera inte en fråga för företagen om de ska hållbarhetsredovisa, snarare vad deras hållbarhetsredovisning ska innehålla.

Vad ska då en hållbarhetsredovisning innehålla? Det finns flera förespråkare som anser att redovisningen bör innehålla tre dimensioner som innefattar ekonomisk, miljömässig samt social påverkan, där de menar att det bör finnas en balans mellan delarna då de hänger samman och att det därmed finns en betydelse att företag redovisar om samtliga dimensioner (Frostenson et al., 2015). Sedan 1997 har organisationen *Global Reporting Initiative* (GRI) tagit fram uppdaterade riktlinjer för hur en hållbarhetsredovisning bör upprättas (globalreporting.org(1)). Genom att företag följer dessa riktlinjer bidrar de till att ge en rättvis och balanserad bild av företagets ansvar mot en hållbar utveckling. Vid upprättandet av en hållbarhetsredovisning bör företagen belysa de områden som är relevanta för det specifika företaget då påverkan på omgivningen kan skilja sig åt beroende på företagets verksamhet. Därmed måste företagen identifiera vad som är väsentligt för sin verksamhet att rapportera om för att uppnå rätt syfte med hållbarhetsredovisningen (Frostenson et al., 2015).

Enligt Hahn och Lülfs (2013) ska en hållbarhetsredovisning ge en fullständig och balanserad bild av företagets hållbarhetsarbete, där både positiva och negativa aspekter redovisas. I och med att företagen själva väljer hur de vill utforma sin hållbarhetsredovisning finns det en tendens att den saknar neutralitet och kan därmed vara missvisande. Vidare diskuterar Hahn och Lülfs (2013) att dessa problem kan undvikas med hjälp av GRI:s riktlinjer som uppmanar företag till att redovisa både negativa och positiva aspekter av företagets hållbarhetsarbete.

¹ Definitionen hållbar utveckling går ut på att tillfredsställa människans behov utan att äventyra kommande generationers behov, och bygger på de tre dimensionerna ekonomisk, social och miljömässig hållbarhet (Ammenberg, 2012).

Frostenson et al. (2015) påvisar att redovisningen bidrar till att företagen kan nå ut med information till intressenter om vad de gör för att ta ett socialt- och miljömässigt ansvar och samtidigt visar det i vilken utsträckning företaget möter och hanterar hållbarhetsfrågorna. Att företagen gör sina hållbarhetsredovisningar tillgängliga för intressenter visar på att de används som ett externt kommunikationsmedel (Frostenson et al., 2015). Grafström, Göthberg och Windell (2015) menar att det finns en mängd olika intressenter som är med och påverkar företagens sociala- och miljömässiga ansvar, och därmed ställer krav på att företagen ska arbeta med hållbarhetsfrågor. Att upprätta en hållbarhetsredovisning kan därför vara viktig för att behålla och skapa legitimitet hos intressenterna (Grafström et al., 2015). Intressenterna i denna studie omfattas av bland annat konsumenter, ägare, leverantörer och staten.

Genom att företagen följer GRI:s riktlinjer när de redovisar om sitt hållbarhetsarbete ger det företagens intressenter en ökad möjlighet att fatta välgrundade beslut som bygger på mer än deras ekonomiska ställningstaganden, samtidigt som det underlättar för intressenterna att jämföra hållbarhetsrapporter mellan företag som verkar inom samma bransch (Frostenson et al., 2015).

1.1 Tidigare forskning

En studie gjord av Christofi, Christofi och Sisaye (2012) visar att företagens hållbarhet har varit föremål för forskningsintresse sedan mitten av 1990-talet, där forskningen fokuserade på hur hållbarhet kan skydda människors välbefinnande och även skydda miljön mot föroreningar och resursnedbrytning. Företagens hållbarhetsansvar har vuxit fram till följd av ekonomisk tillväxt, miljöregleringar och en drivkraft för social rättvisa och under mitten av 1990-talet utvecklades därmed hållbarhetsrapporteringen som ett medel för att visa hur företagen hanterade och arbetade med hållbarhetsfrågor.

Enligt Searcy och Buslovich (2014) blir det allt vanligare att företag väljer att redovisa om sitt hållbarhetsarbete men att tillvägagångssättet för upprättandet av en hållbarhetsrapport ofta skiljer sig åt mellan företagen. Det finns idag en relativt liten mängd forskning om företagens utveckling och användning av hållbarhetsrapporter, och för att utveckla hållbarhetsrapporterna hävdar Searcy och Buslovich (2014) att det finns en del utmaningar som företagen står inför. Utmaningarna som Searcy och Buslovich (2014) nämner är exempelvis insamlande av data och bristande kunskap om vad som ska rapporteras. Studier som Searcy och Buslovich (2014) och Hahn och Kühnen (2013) gjort visar att även om företag till viss del

använder sig av GRI:s riktlinjer så drivs deras rapportering ofta av strategiska överväganden som gör att rapporterna kan skilja sig åt gällande innehåll och kvalitet, vilket gör att de kan innehålla irrelevant information och sakna en jämförbarhet. För att förbättra strukturen och trovärdigheten i rapporterna är Searcy och Buslovich (2014) och Hahn och Kühnen (2013) eniga om att ett krav bör införas om hur rapporten ska utformas. Kravet skulle även minska variationen i hållbarhetsrapporterna och därmed förbättra både användningen och utvecklingen av den (Searcy & Buslovich, 2014; Hahn & Kühnen, 2013).

1.2 Problematisering

Det går inte att blunda för det klimathot mänskligheten utsätter planeten för. Utsläppen av växthusgaser ligger på avsevärt höga nivåer och konsekvenserna av detta innebär att medeltemperaturen ökar snabbare än normalt, vilket får konsekvenser för både människan och naturen (wwf.se(1)). Det är därför viktigt att företagen arbetar för att minska klimatpåverkan och redovisa vad de gör för att bidra till en hållbar utveckling. Då de studerade företagens verksamhet har en negativ påverkan på miljön är det av betydelse att se om det skett någon utveckling av dess hållbarhetsredovisning.

Idag finns det endast riktlinjer för hur en hållbarhetsredovisning ska upprättas, vilket öppnar upp möjligheter för företag att utforma sin hållbarhetsredovisning utifrån hur de vill uppfattas av samhället. I och med detta finns det en risk att företagets hållbarhetsredovisning saknar en neutralitet och jämförbarhet. Ett annat problem kan vara att företagen enbart skriver om vad de gör för att bidra till en hållbar utveckling utan att konkret redovisa vad de har åstadkommit, vilket kan ge en bild av att företagen bidrar med mer än vad de egentligen gör.

Frostenson et al. (2015) betonar vikten av att kritiskt granska hållbarhetsredovisningar då dessa kan vara en skönmålning av företagets verksamhet. Tanken med hållbarhetsredovisning är att företag ska nå ut med information om hur de hanterar och arbetar med hållbarhetsfrågor, med en förhoppning om att skapa ett ökat förtroende och legitimitet (Frostenson et al., 2015). Frågan kan här uppstå hur sannolikt det är att företagets hållbarhetsredovisning överensstämmer med företagets verklighet? Tidigare studier visar att det finns ett överflöd av positiv information och brist på negativ information i hållbarhetsredovisningar och förklarar att företag ofta använder sig av positiv information i marknadsföringssyfte, där hållbarhetsredovisningar används som ett verktyg för att få och förbättra företagets rykte och

legitimitet (Hahn & Lülfs, 2013). Ett negativt avslöjande kan påverka legitimiteten om samhället inte anser att denna information håller sig inom det sociala kontraktet, som i sin tur kan få en negativ ekonomisk påverkan och ökad risk på aktiemarknaden (Hahn & Lülfs, 2013). Negativa avslöjanden behöver dock inte alltid inneha en negativ effekt utan kan ibland ses som en positiv signal utåt som visar att företagen aktivt arbetar för att minska dem, och att inte redovisa något negativt kan göra att tillförlitligheten i redovisningen minskar (Hahn & Lülfs, 2013). I och med att företagen får upprätta redovisningen som de vill kan det orsaka att neutraliteten brister och att redovisningen skiljer sig åt, vilket kan leda till svårigheter att se en generell utveckling.

1.3 Syfte

Syftet med studien är att genom granskning av hållbarhetsredovisningar förklara hur företag inom modebranschen har utvecklat sin hållbarhetsredovisning.

1.3.1 Frågeställningar

För att besvara studiens syfte kommer vi att utgå från följande frågeställningar.

- I.** Har företagens hållbarhetsredovisningar tenderat att efterlikna varandra?
- II.** Har företagen utvecklat en egen branschstandard gällande sin hållbarhetsredovisning?

1.3.2 Avgränsning

Studien kommer att avgränsas till svenska modeföretag med en omsättning på högst 10 miljarder kronor, där hållbarhetsaspekter i respektive hållbarhetsredovisning kommer att studeras. Varför vi valt att studera hållbarhetsaspekter har sin grund i att vi ser att företagens produktion har en negativ påverkan på samhället och miljön och finner därmed betydelse av att se hur företagens hållbarhetsredovisningar har utvecklats under perioden. De utvalda företagen är Åhléns, MQ, Gina Tricot, KappAhl, Lindex samt Filippa K. Denna avgränsning grundar sig i att regler och direktiv kan skilja sig åt mellan länder, och att studera företag med liknande omsättning ger en tydligare jämförbarhet vid analys av resultaten, och därav har vi valt att exkludera H & M. Då det enbart är två av sex företag som har upprättat hållbarhetsredovisningar tidigare än år 2012, beslutades det att se på samtligas hållbarhetsredovisningar år 2012 och år 2015 för att utifrån dessa besvara studiens syfte.

2. Teoretisk referensram

Intressent- och *legitimitetsteorin* samt *positive accounting theory* är teorier som ofta används för att förklara hur företagen presenterar sitt hållbarhetsarbete (Deegan & Unerman, 2011). Efter en beskrivning av dessa teorier följer en redogörelse av begreppet *greenwashing* som kan förekomma i företagens hållbarhetsredovisningar samt riktlinjer för hur företagens hållbarhetsredovisning bör upprättas.

2.1 *Legitimitetsteorin*

Legitimitetsteorin baseras på att det finns ett ”socialt kontrakt” mellan företaget och samhället, som förutsätter att företaget lever upp till samhällets förväntningar på hur de ska bedriva sin verksamhet (Deegan, 2002). Tidigare var det lönsamheten som skapade legitimitet hos företagen, men i och med en strängare lagstiftning som rör frågor kring miljön förväntas företagen därmed ta ett större ansvar och lägga mer resurser för att bidra till en hållbar utveckling (Deegan & Unerman, 2011; Grafström et al., 2015).

Legitimitet definieras enligt Lindblom (1993)

a condition or status which exists when an entity's value system is congruent with the value system of the larger social system of which the entity is a part. When a disparity, actual or potential, exists between the two value systems, there is a threat to the entity's legitimacy.

(Citerad i Deegan, 2011, s.324)

Genom att företag uppfyller kraven i dessa kontrakt skapar de legitimitet hos sina intressenter och stärker därmed sitt varumärke (Deegan & Unerman, 2011). Hahn och Lülfs (2013) och O'Donovan (2002) menar att företag försöker använda redovisningen som marknadsföring och att den största delen av redovisningen utgörs av positiva aspekter i syfte att stärka företagets rykte och legitimitet, vilket kan orsaka att användandet av redovisningarna ifrågasätts. Vidare påstår Hahn och Lülfs (2013) att rapportering av negativa aspekter kan påverka företagets legitimitet om det utifrån intressenternas synpunkt uppfattas som avvikande från de tidsenliga normer och värderingar som de förväntar sig att företagen ska leva upp till. Enligt Deegan (2002) kan företagets framtid bli osäker om de skulle bryta mot det sociala kontraktet.

Wilmshurst och Frost (1999) påstår att företag som har en negativ påverkan på miljön kommer att redovisa om sitt miljöarbete, dels för att avleda den negativa synen men även för att förstärka sitt förtroende hos intressenterna. Samtidigt menar Grafström et al. (2015) att företag som väljer att ta ett socialt ansvarstagande skapar en legitimitet som kan vara viktig om företag ställs inför en krissituation, vilket kan förekomma om företaget skulle göra något som får deras ansvarstagande att brista. Vidare påstår Grafström et al. (2015) att om företaget sedan tidigare skapat legitimitet hos intressenterna gör det att möjligheterna för att återskapa ett förtroende ökar, och genom att rapportera om sitt hållbarhetsarbete kan de framföra hur de har gått tillväga för att hantera krisen och hur de arbetar för att liknande händelser inte ska upprepas.

2.2 Intressentteorin

Inom *intressentteorin* kan intressenter utifrån en bred definition beskrivas som ”*any group or individual who can affect or is affected by the achievement of a corporation’s purpose*”, där intressenterna kan delas upp i två grupper, primära och sekundära intressenter (Sweeney & Coughlan, 2008). Enligt Clarkson (1995) och Grafström et al. (2015) består den primära intressentgruppen vanligtvis av aktieägare, leverantörer och kunder. Det råder ett ömsesidigt beroende mellan företag och dessa grupper, vilket gör att de är viktiga för företagets överlevnad (Clarkson, 1995; Grafström et al., 2015). De sekundära intressenterna som ofta utgörs av media, myndigheter samt olika intresseorganisationer kan både påverka och påverkas av företaget, men är inte lika väsentliga och centrala för att företaget ska kunna leva vidare i samma utsträckning som de primära intressenterna är (Clarkson, 1995). För denna studie kan även media ses som en primär intressentgrupp då de kan ha en stor inverkan på samhället, som i sin tur berör företagen. Sweeney och Coughlan (2008) förklarar att teorin ligger till grund för beslutsfattande kring fördelning av diverse resurser.

Företagens sociala ansvar utvecklas tillsammans med deras intressenter och de är på så vis med och sätter ramarna för företagets sociala och miljömässiga ansvarstagande (Sweeney & Coughlan, 2008; Clarkson, 1995; Grafström et al., 2015). Intressentteorin består av två delar, vilka är ledningsteorin och den etiska teorin (Deegan & Unerman, 2011). Den etiska teorin säger att alla intressenter ska behandlas lika av organisationen medan ledningsteorin menar att organisationen styrs och anpassas till företagets viktigaste intressenter (Deegan & Unerman, 2011). Vidare förklarar Deegan och Unerman (2011) att inom ledningsteorin svarar företagen

till störst del på de intressenter som anses inneha makt, där intressenternas makt kan skilja sig mellan olika organisationer men kan vara kopplad till bland annat begränsade resurser, media och lagstiftning.

2.3 Positive Accounting Theory (PAT)

Positive accounting theory har som syfte att förklara eller förutsäga vilka företag som kommer att välja en viss redovisningsmetod framför en annan (Deegan & Unerman, 2011; Ishak & Tri Setyorini, 2012). De menar att teorin utgår från att människan och företagen har ett egenintresse och handlar för att gynna sig själva i syfte att nyttomaximera. Därför menar denna teori att företag väljer att visa upp sin hållbarhetsredovisning på ett sådant sätt att det ska främja dem och öka den ekonomiska ställningen (Deegan & Unerman, 2011). Vidare uppger Watts och Zimmerman (1986) att PAT handlar om att förklara och förutsäga vilka företag som kommer och vilka som inte kommer att använda en viss metod, men säger inget om vilken metod de bör använda.

I och med att teorin förutsäger att alla människor drivs av ett egenintresse så menar Watts och Zimmerman (1986) att företag endast väljer att hållbarhetsredovisa om det bidrar till en positiv påverkan (Ishak & Tri Setyorini, 2012). Teorin kring PAT har mynnat ut i tre hypoteser som används för att förklara och förutsäga om ett företag skulle stödja eller motsätta sig en viss redovisningsmetod, vilka är bonushypotesen, skuldsättningshypotesen samt politisk-kostnadshypotesen (Watts & Zimmerman, 1990). Bonushypotesen innebär att ledningen förväntas handla i egenintresse genom att uppnå ett högt resultat och därmed erhålla en så hög bonusersättning som möjligt (Deegan & Unerman, 2011). Skuldsättningshypotesen visar att ju högre ett företags skulder är, desto större är sannolikheten att de kommer använda en redovisningsmetod som ökar dess resultat (Watts & Zimmerman, 1990). Politisk-kostnadshypotesen förutspår att stora företag är mer benägna att använda redovisningsval som ger ett lägre resultat på grund av att de utsätts av politiskt påtryck och granskas i större utsträckning än mindre företag (Deegan & Unerman, 2011; Watts & Zimmerman, 1990). Ishak och Tri Setyorini (2012) har kopplat dessa hypoteser till ett socialt- och miljöperspektiv för att förklara företagets val av rapportering. Studien visar att de företag som miljöredovisar tenderar att erhålla en större avkastning, och att det finns ett positivt samband mellan företagets bonusersättning och graden av miljöredovisning. Utifrån skuldsättningshypotesen har de funnit ett positivt samband mellan skuldsättningsgrad och

miljöredovisning. Med stöd av empiriska bevis som styrks av flera forskare har Ishak och Tri Setyorini (2012) i studien konstaterat att det föreligger ett negativt samband mellan företagens skuldsättning och dess miljöredovisning, där hög skuldsättning resulterar i en minskning av miljöredovisning på grund av företagens begränsade resurser. I och med att större företag är mer utsatta för granskning och politiska påtryckningar visar studien att dessa företag är mer benägna att miljöredovisa för att stärka företaget rykte (Ishak & Tri Setyorini, 2012).

2.4 *Greenwashing*

Enligt Mitchell och Ramey (2011) innebär *greenwashing* att företag försöker dölja information som kan missgynna företaget, eller att de redovisar information på ett sätt som skildrar en felaktig bild av att företaget är miljövänligt. Parguel, Benoît-Moreau och Larceneux (2011) hävdar att *greenwashing* kan vilseleda intressenterna och öka deras skepticism till företagens miljöredovisning. I och med detta kan företag som faktiskt tar ett miljöansvar och inte använder sig av *greenwashing* påverkas negativt av intressenter som ifrågasätter deras redovisning (Parguel, Benoît-Moreau & Larceneux 2011). Att allt fler företag ägnar sig åt *greenwashing* idag förklarar Delmas och Cuerel Burbano (2011) kan grunda sig i en kombination av den begränsade regleringen om hur en hållbarhetsrapport ska upprättas och intressenternas ökade efterfrågan på miljövänliga produkter, tjänster och företag. Detta kan leda till att företag blir mer benägna att redovisa sitt miljöansvar utifrån ett positivt perspektiv för att bemöta konkurrens (Delmas & Cuerel Burbano 2011).

2.5 *Riktlinjer för hållbarhetsredovisning*

2.5.1 *Global Reporting Initiative (GRI)*

Det finns idag ingen lagstiftning om vad en hållbarhetsredovisning ska innehålla, men många företag väljer att redovisa enligt GRI som är det mest använda ramverket vad gäller upprättandet av hållbarhetsredovisningar. Då några av företagen vi studerat använt sig av ramverket anser vi att det är av betydelse att ge läsaren en förståelse för GRI och dess ramverk.

GRI G4 är den senaste upplagan som tagits fram och har tillämpats sedan 2013 då den ersatte tidigare G3.1 (Frostenson et al., 2015). I riktlinjerna för G3.1 var hållbarhetsarbetet uppdelat i indikatorer och klassades som kärn- eller tilläggsindikatorer, där kärnindikatorerna ansågs

vara relevanta för de flesta organisationer medan betydelsen av tilläggsindikatorerna kunde variera mellan olika organisationer (Frostenson, Helin & Sandström, 2011).

För att ge läsaren information om hur väl företaget följt det tidigare ramverket G3.1 kunde de ange vilken tillämpningsnivå från A till C företaget använt sig av utifrån ramverkens krav (globalreporting.org(2)). För att uppnå nivå C ska företaget redovisa tio indikatorer som rymmer minst en indikator från varje huvudkategori; ekonomisk, social och miljömässig påverkan (Frostenson et al., 2011). Nivå B innebär att redovisningen ska innehålla minst tjugo indikatorer och för A ska samtliga kärn- och tilläggsindikatorer redovisas (Frostenson et al., 2011). För att tillämpa GRI G3.1 på nivå C ska företagen redovisa uppgifter som visar företagets procentuella eller volymmässiga förbrukning av olika kärnindikatorer som inom miljön innefattar material, energi, vatten, avfall och utsläpp samt vad de gör för att minska miljöpåverkan (globalreporting.org(2)). För att sedan gå upp till tillämpningsnivå B eller A krävs det att företagen går in på en mer detaljerad nivå, som även rymmer tilläggsindikatorer där de ska redovisa vilka åtgärder och förbättringar de arbetar med (globalreporting.org(2)).

När G4 sedan trädde i kraft avskaffades både tillämpningsnivåerna och uppdelningen av kärn- och tilläggsindikatorer, då det bedömdes att indikatorernas relevans och väsentlighet grundar sig i företagets verksamhet. Detta innebär att det inte är mängden indikatorer som avgör kvaliteten på miljöredovisningen, istället är det de mest relevanta som ska redovisas (Frostenson et al., 2015). De tidigare tillämpningsnivåerna kunde lätt misstolkas då redovisning av fler indikatorer inte alltid resulterade i en högre kvalitet i redovisningen, och ersattes därför av *core* och *comprehensive*. Där *core* omfattar de grundläggande indikatorer om företagets ekonomiska, sociala och miljömässiga påverkan under året, och *comprehensive* innebär en mer omfattande redovisning utöver de grundläggande indikatorerna (Frostenson et al., 2015).

Frostenson et al. (2015) förklarar att hållbarhetsredovisningar ibland kritiseras för att vara utformade på ett sätt som endast visar upp företagets fördelaktiga sidor. Ur ett hållbarhetsperspektiv vill GRI med hjälp av sina riktlinjer försöka säkerställa redovisningens kvalitet. Det vill säga att företagets miljöarbete ska ligga till grund för redovisningen och ge en rättvis och pålitlig bild (Frostenson et al., 2015).

2.5.2 Global Compact

Global Compact är ett av FN:s initiativ med syftet att få företag till att ta ett globalt ansvar, där FN:s förre generalsekreterare Kofi Annan år 1999 tog fram nio principer som rör mänskliga rättigheter, arbetsrätt och miljöpraxis. Under 2004 beslutades det att en ny princip gällande korruption ska ingå i *Global Compact*. De företag som ansluter sig till initiativet förbinder sig att införliva de tio principerna i sin företagsstrategi och redogöra i årsredovisningen hur arbetet bedrivs. Det finns dock ingen oberoende granskning som kontrollerar att företagen följer de framtagna principerna, utan initiativet bygger på att företagen har ett eget intresse av att främja dessa principer som följer nedan (Kinn, 2016).

1. Stödja och respektera mänskliga rättigheter
2. Utesluta kränkning av mänskliga rättigheter
3. Tillämpa föreningsfrihet och rätten till kollektiva förhandlingar
4. Helt eliminera tvångsarbete
5. Avskaffa barnarbete
6. Eliminera diskriminering vid rekrytering och fördelning av arbetsuppgifter
7. Tillämpa försiktighetsprincipen vad gäller miljörisker
8. Bidra till ökat miljömedvetande genom egna initiativ
9. Främja utveckling av miljövänlig teknik
10. Arbeta mot korruption i alla former (Kinn, 2016).

Genom att företag ansluter sig och redovisar om att de tillämpat principerna kan det gynna företaget då de framstår som ansvarstagande, vilket är i enlighet med vad Deegan och Unerman (2011) redogör för i PAT-teorin. Det går att relatera *Global Compact* till intressentteorin då det är företagens primära intressenter som håller dem vid liv och företagen anpassar därför redovisningen till dessa, vilket de gör genom att redovisa att de tillämpar principerna (Deegan & Unerman, 2011). Att företag uppger att de följer principerna kan även bidra till att de framstår som legitima hos intressenterna, vilket O'Donovan (2002) menar stärker företagets rykte.

2.5.3 Nya lagkravet på hållbarhetsredovisning

I maj 2016 lämnade regeringen in ett förslag till Lagrådet där de föreslog en ändring i årsredovisningslagen som innebär ett krav på hållbarhetsrapportering för vissa företag. Lagen (2016:947) trädde i kraft i december 2016 och bygger på ett EU-direktiv vars syfte är att synliggöra informationen om företagens arbete kring hållbarhetsfrågor. Hållbarhetsredovisningen ska innehålla upplysningar om företagets utveckling, resultat, ställning och konsekvenser av dess verksamhet i frågor som rör miljö, personal och sociala förhållanden,

mänskliga rättigheter samt motverkande av korruption. Hållbarhetsredovisningen ska offentliggöras i årsredovisningen eller som en separat handling men har inget krav på extern granskning (Malm, 2016). De företag som uppfyller mer än ett av följande villkor omfattas av det nya lagkravet:

- medelantalet anställda har under vart och ett av de två senaste räkenskapsåren varit mer än 250,
- balansomslutningen har för vart och ett av de två senaste räkenskapsåren varit mer än 175 miljoner kronor,
- nettoomsättningen har för vart och ett av de två senaste räkenskapsåren varit mer än 350 miljoner kronor (Malm, 2016).

Utifrån 2015 års hållbarhetsredovisningar kommer företagen som ingår i studien att påverkas av detta lagförslag då de för året uppfyller kraven (Filippa K, 2015; Gina Tricot, 2015; MQ, 2015; Åhléns, 2015; KappAhl 2015; Lindex, 2015).

3. Metod

Det finns delade meningar om vilken metod som är bäst att tillämpa för en vetenskaplig undersökning. En kvantitativ metod syftar till att kvantifiera och hitta mönster samt samband i det som ska undersökas, medan en kvalitativ metod avser att besvara frågan varför (Bjereld, et al. 2009). Denna studie kommer därmed utgå från en kvantitativ metod för att få fram resultatet då syftet är att hitta en utveckling i de sex utvalda modeföretagens hållbarhetsredovisningar, i form av textanalys. Vid vidare analys kommer vi däremot ha inslag av en kvalitativ metod.

3.1 *Textanalys*

Textanalys kan användas i både kvalitativ och kvantitativ form, men som tidigare nämnt lämpar sig en kvantitativ form bäst utifrån frågeställningarna. Med hjälp av en textanalys har vi granskat företagens hållbarhetsredovisningar och tolkat den redovisade informationen, och utifrån de framtagna kvantifierade resultaten har vi sedan studerat hur företagens hållbarhetsredovisningar har utvecklats under perioden. Vår analys kommer dock innefatta kvalitativa inslag då vi inte söker efter samband och korrelationer, utan sätter in de granskade hållbarhetsresultaten i ett sammanhang för att kritiskt bedöma och bättre förstå förändringen.

Enligt Fejes och Thornberg (2016) är en kvalitativ textanalys att föredra vid undersökningar av skriftliga dokument och texter. En kvalitativ textanalys har en tolkningstradition nämnd hermeneutik som handlar om att läsa och förstå den studerade texten (Fejes & Thornberg, 2016). Det som utmärker kvalitativa textanalyser är att utifrån en noggrann analys av texten få ut de mest väsentliga och centrala delarna som kommer ligga till grund för undersökningsproblemet (Esaiasson, Gilijam, Oscarsson, Towns & Wängnerud, 2017). Denna metod är enligt Esaiasson et al. (2017) att föredra vid studier som avser att skapa en djupare förståelse för det bakomliggande i texten vilket kräver komplicerade tolkningar.

Kvantitativ information som tas fram kan enligt Johannessen och Tufta (2003) likväl bestå av siffror som av frekvensen av förekommande begrepp, vilket visar på att en kvantitativ textanalys använts för studien då det framtagna resultatet för denna studie inte enbart består av siffror. Innehållsanalys är en form av kvantitativ textanalys och användbar i de fall förändringar och utveckling över en tid ska studeras (Bergström & Boréus, 2005), vilket vi har använt oss utav när vi tagit ut företagens redovisade resultat samt mätt utvecklingen under perioden 2012 och 2015. Den kvantitativa innehållsanalysen går enligt Esaiasson et al. (2017) ut på att analysera likvärdiga och jämförbara uppgifter. Den är användbar när studiens utgångspunkt är att ta reda på den kvantitativa förändringen i redovisningen (Esaiasson et al., 2017). Bergström och Boréus (2005) anser att tolkning i princip krävs vid varje textanalys, men att förekomsten av tolkningsproblem vid en kvantitativ innehållsanalys kan elimineras. Tolkningsproblem i denna studie kan minimeras då resultatet bygger på information som företagen uppgett med ord eller siffror i sina hållbarhetsredovisningar och som inte har krävt en djupgående tolkning av innebörden i redovisningen, vilket är förekommande vid en kvalitativ textanalys.

Med utgångspunkt från materialet har vi valt ut de innehållskategorier som utmärkt sig och det som företagen lagt mest tyngd vid att presentera, vilket har resulterat i kategorierna hållbara material, återvinnig, koldioxidutsläpp från transporter, vattenförbrukning, energiförbrukning samt om företagen följt GRI:s riktlinjer vid upprättandet. Enligt Esaiasson et al. (2017) ska redovisningen delas in i innehållskategorier. Vi valde att dela in de som har utmärkt sig eller det som företagen lagt tyngd på att redovisa för att kunna göra bedömningen om det skett någon utveckling kring företagets hållbarhetsredovisning, som är i enlighet med vad Esaiasson et al. (2017) anser vara en kvantitativ textanalys.

3.2 *Alternativa metoder*

Metodvalet grundade sig i att tillräckligt med relevant information för att besvara syftet ansågs kunna samlas in genom en textanalys utifrån företagens hållbarhetsredovisningar, vilket var ett av skälen till att intervjuer inte bedömdes vara en aktuell metod. Ett ytterligare skäl till att intervjuer uteslöts baserar sig i att intervjuer med samtliga företag med tillägg för analys av hållbarhetsredovisningar skulle bli för omfattande med tanke på tidsbegränsningen för studien. Av dessa två metoder bedömdes att syftet skulle besvaras bäst genom granskning av hållbarhetsredovisningar, som enligt Denscombe (2016) är primära källor och har fördelen att de finns lättillgängliga på respektive företags hemsida. En ytterligare fördel Denscombe (2016) tar upp är att problem som lätt uppstår vid andra metoder kan elimineras, så som fördröjningar och etiska dilemman.

3.3 *Metodkritik*

Nackdelar med att använda hållbarhetsredovisningar som företagen själva har upprättat är att källan måste bedömas utifrån vem som upprättat informationen och att det kan finnas en subjektiv tolkning hos upphovsmannen (Denscombe, 2016). I denna studie innebär det att vi bör vara kritiska vid granskningen av hållbarhetsredovisningarna i och med att det är företagen själva som har upprättat dessa och det är därmed viktigt att uppmärksamma eventuella brister i innehållet. Då hållbarhetsredovisningar innehåller en stor mängd information är det av betydelse att ta fram de viktigaste delarna ur materialet, och det finns en risk att forskaren blir överbelastad i och med den stora mängd tillgängligt material samt att forskarens val och beslut har inverkan på resultatet (Denscombe, 2016). Då en kvantitativ textanalys innebär en viss tolkning av materialet är vi medvetna om att det inte helt går att utesluta egna värderingar som kan ha påverkat studiens resultat. En ytterligare nackdel med den valda metoden är att den enbart ger svar på kvantitet och frekvens av innehållet, utan att skapa mening och betydelse i texten som vid en kvalitativ textanalys.

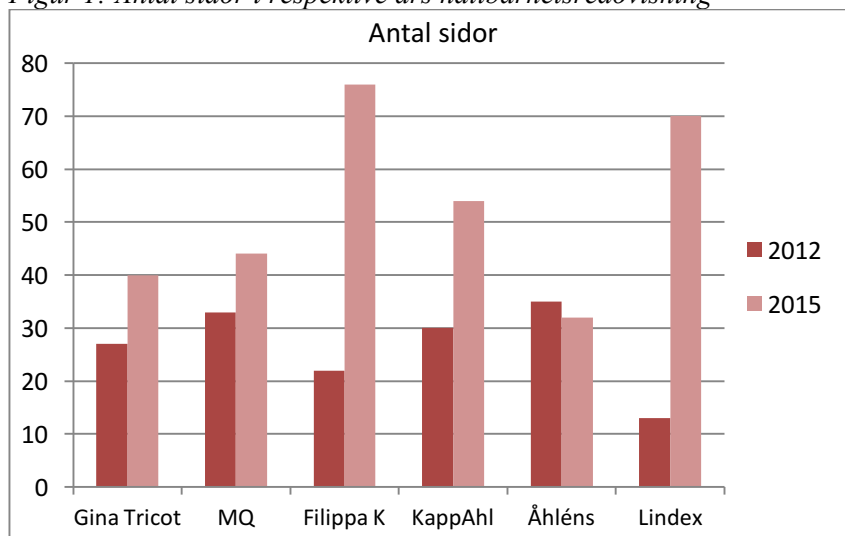
4. *Resultat*

Resultaten som presenteras nedan grundar sig i det material som samlats in utifrån de utvalda företagens hållbarhetsredovisningar. Vi har valt att dela upp resultaten i kategorier för att på så sätt underlätta för läsaren att tolka resultaten och som sedan kommer ligga till grund för vidare analys.

4.1 Hållbarhetsredovisningens omfattning

Vi har valt att visa hur företagens hållbarhetsredovisningar har utvecklats under perioden för att i analysen eventuellt kunna se något samband med de övriga resultaten.

Figur 1: Antal sidor i respektive års hållbarhetsredovisning



Källa: Egen utformning

Tabellen ovan visar att alla företag, med undantag för Åhléns som ligger på en relativt lik nivå under åren, har ökat hållbarhetsredovisningens omfattning under perioden 2012 till 2015.

Gina Tricot

Gina Tricots hållbarhetsredovisning har ökat i omfattning under perioden från 27 sidor år 2012 till 40 sidor år 2015, där ökningen till största delen utgörs av fler bilder och tabeller och de har fokuserat på att redovisa om hållbara material och redogjort för vad dessa innebär.

MQ

Trots att MQ:s hållbarhetsredovisningar liknar varandra i utformning mellan åren har de gjort en ökning från 33 sidor till 44 sidor under perioden, där de under båda åren består av relativt stora bilder. Denna ökning grundar sig i att de under 2015 har redovisat mer om hållbara material och utvecklat samtliga delar i redovisningen.

Filippa K

Filippa K har gjort den näst största ökningen av de studerade företagen där de gått från 22 sidor år 2012 till 76 sidor år 2015. Skillnaden mellan åren är att de under 2015 har betydligt mindre text på varje sida, där ett kort citat eller diagram kan utgöra en hel sida.

KappAhl

KappAhl har gått från 30 sidor till 54 sidor, där hållbarhetsredovisningens ökning till största del utgörs av bilder men innehåller även en mer utförlig redovisning om hållbara material.

Åhléns

Åhléns är det enda företaget som gjort en minskning av dess hållbarhetsredovisning mellan åren, och det går inte heller att se någon skillnad i utformningen. Under båda åren består redovisningarna av bilder, diagram och text i liknande omfattning.

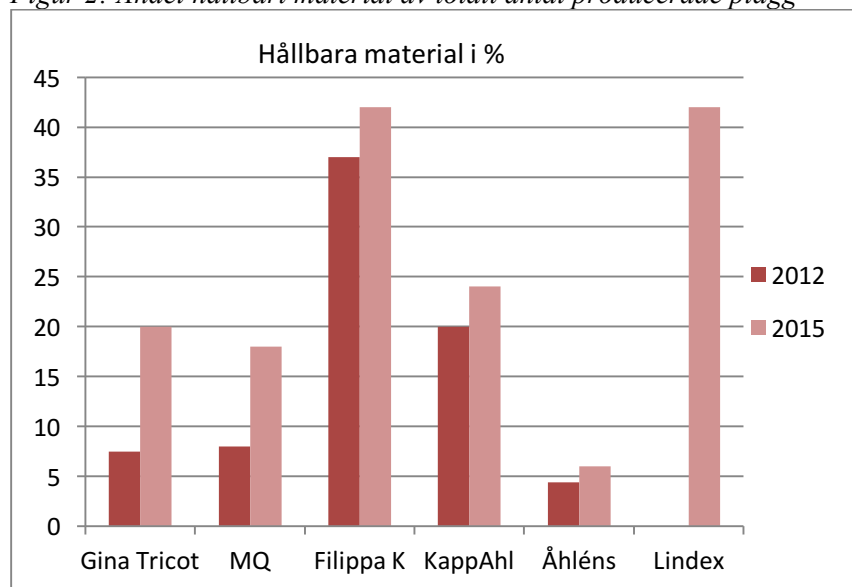
Lindex

Lindex står för den största ökningen av antal sidor i hållbarhetsredovisningarna, där den under 2012 bestod av 13 sidor och 2015 var redovisningen på 70 sidor. Den avsevärda ökningen utgörs framförallt av text där de har utvecklat samtliga delar från 2012 och även utökat sin redovisning med mer information, samt att de har med fler bilder.

4.2 Hållbara material

Samtliga företag har ökat andelen hållbara material sedan 2012. Något som företagen uppger att de arbetar mycket med och som även utgör den största delen av det hållbara materialet är hållbar bomull. Bilden nedan visar samtliga företags redovisade andel hållbara material, där Lindex saknar siffror för 2012.

Figur 2: Andel hållbart material av totalt antal producerade plagg



Källa: Egen utformning

Gina Tricot

I hållbarhetsredovisningen för år 2012 och 2015 redogör Gina Tricot för att de strävar efter att ständigt öka andelen hållbara material i sina produkter och är därmed medlem i *Better Cotton Initiative (BCI)* (se bilaga), som arbetar för att producera mer hållbar bomull. Vid årets slut 2012 låg den totala andelen hållbara material på 7,5 %, där ekologisk bomull stod för 4,8 % och 0,01 % var gjord av återvunnen polyester, men att de förväntades öka sin produktion av återvunnen polyester och år 2015 uppnådde de 0,31 %. De redovisade även 2015 en ökning av deras totala hållbara material till 20 %, där ekologisk bomull stod för 12,8 % och BCI-bomullen för 1,35 % (Gina Tricot, 2012, 2015).

MQ

År 2012 hade MQ som mål att minska andelen bomull på lång sikt till förmån för mer hållbara material som då låg på 8 % där hållbar bomull stod för 6 %. Under 2015 redovisades att deras totala hållbara material ökat till 18 %, där 16 % bestod av hållbar bomull. 2012 redovisar de om sitt medlemskap i BCI där de ingår i ett projekt som innebär att de tillsammans med *Cotton Connect* (se bilaga) ska genomföra ett utvecklingsprogram för bönder inom bomullsodlingen i Indien med målet att öka tillgången på hållbart odlad bomull. De redovisar även för sitt medlemskap i *Textile Exchange* som arbetar för en mer hållbar textil värdekedja och att all hållbar bomull som köps in i butik är certifierad enligt *Textile*

Exchange standard. Under 2015 har projektet med Cotton Connect fortsatt och som efter årets slut ska ha utbildat 1 100 bomullsodlare (MQ, 2012, 2015).

Filippa K

År 2012 hade Filippa K som mål att bidra till en långsiktig hållbar framtid med minimal negativ påverkan på omgivningen. Totala andelen hållbara material som redovisades år 2012 var 37 %. Filippa K presenterade 2015 en mindre ökning av ekologisk bomull på 0,3 % som under året stod för 8,7 % av deras totala hållbara material på 42 % (Filippa K, 2012, 2015).

KappAhl

Målet 2012 var att öka andelen hållbara material i kollektionerna. Då de uppger att bomull är deras viktigaste råmaterial vill de genom sitt medlemskap i BCI arbeta för att öka tillgången på hållbart odlad bomull. De åtog sig därför att utbilda 700 bomullsodlare i Indien per år under en treårsperiod, och fram till 2015 var antalet utbildade odlare enligt BCI:s riktlinjer 1 950 stycken. I 2015 års hållbarhetsredovisning redogör de för en ökning av hållbara material från 20 % till 24 % under åren 2012 till 2015 (KappAhl, 2012, 2015).

Åhléns

Åhléns strävade år 2012 efter att öka andelen hållbart material från 4,4 % till 10 % år 2015, vilket de inte lyckades med då de 2015 redovisade att de uppnått 6 %. 2012 beskriver de att genom sitt samarbete med BCI kommer utbilda 100 bönder i Indien att förbättra sin bomullsodling som de 2015 redovisar har bidragit till minskad mängd vattenåtgång och bekämpningsmedel i produktionen (Åhléns, 2012, 2015).

Lindex

I redovisningen för 2012 uppger Lindex att de arbetar långsiktigt för ett mer hållbart mode men har dock inte redovisat några siffror på andelen hållbara material. Däremot anger de 2015 att de klarade målet att nå 25 % hållbart material då de redovisade 42 % för året. Genom att välja ekologisk bomull vill de bidra till en mer hållbar bomullsproduktion som innebär en minskning av vatten, kemikalier samt bekämpningsmedel. De uppger att all ekologisk bomull är certifierad och genom sitt medlemskap i BCI har de fram till år 2015 bidragit till att 3 500 bönder har utbildats i att odla mer hållbar bomull (Lindex, 2012, 2015).

4.3 Återvinning

Gina Tricot

Under 2012 har de haft ett samarbete med Human Bridge och Fretex där de har donerat överblivna plagg som var 0,35 % av de totala inköpen. Samarbetet fortlöpte under 2015 och de erbjöd även kunder att lämna in textilier som tillsammans med företagets osålda plagg resulterade i en total donation på 40 ton textilier. Under 2015 redovisar de även att de gått med i branschinitiativet *Textile for Recycling Initiative* (T4RI) (se bilaga) (Gina Tricot, 2012, 2015).

MQ

MQ redovisar att de under både 2012 och 2015 haft ett samarbete med Myrorna genom att de donerat kläder som sedan säljs på en världsmarknad för begagnade kläder. Andrahandsförsäljningen skapar många arbetstillfällen i fattiga länder samtidigt som människor med låg levnadsstandard har möjlighet att köpa kläder. MQ skänker även trasiga kläder och tygbitar till Myrorna som sedan återvinner dessa textilier till isoleringsmaterial eller putsappar som kan användas inom industrin. Under 2015 hade även de gått med i T4RI (MQ, 2012, 2015).

KappAhl

Genom branschinitiativet T4RI arbetar KappAhl aktivt för att finna lösningar för återvinning av textilier och under 2015 startade de initiativet "*Wear, love and give back*" som innebar att kunder fick möjlighet att lämna in gamla kläder i samtliga svenska butiker. Detta resulterade i totalt 38 ton insamlade textilier och initiativet introducerades även i Norge och Finland i slutet av 2015 (KappAhl, 2012, 2015).

Filippa K

Sedan 2008 har Filippa K genom ett samarbete med Judith's Second Hand startat initiativet Filippa K second hand som även löpte under 2015. Under båda åren har de även haft konceptet "Lånegarderoben", vilket fungerar som ett bibliotek där kunder haft möjlighet att låna kläder hos Filippa K. Under 2015 startade de även Filippa K Lease concept där kunderna gavs möjlighet att leasa deras kläder. Utöver detta redovisade de för år 2015 att de donerat reklamerade varor till olika välgörenhetsorganisationer, och att kunder erhöll en rabattkupong vid inlämnande av kläder. Sedan 2015 har de skickat materialavfall till Italien för

återanvändning och återvinning där kläder sorteras efter färg, vilket gör att tygerna inte behöver färgas om och bidrar på så vis till minskat koldioxidutsläpp och minskad energi- och vattenanvändning än vid en vanlig färgningsprocess (Filippa K, 2012, 2015).

Åhléns

Åhléns uppger att de genom T4RI vill vara med och ta ansvar för att textilier i första hand återanvänds och därefter återvinns på bästa sätt, och har under både 2012 och 2015 skänkt osålda varor till Myrorna och Stadsmissionen. År 2015 skickade de 1 200 ton mjukplast till återvinning för tillverkning av nya plastprodukter (Åhléns, 2012, 2015).

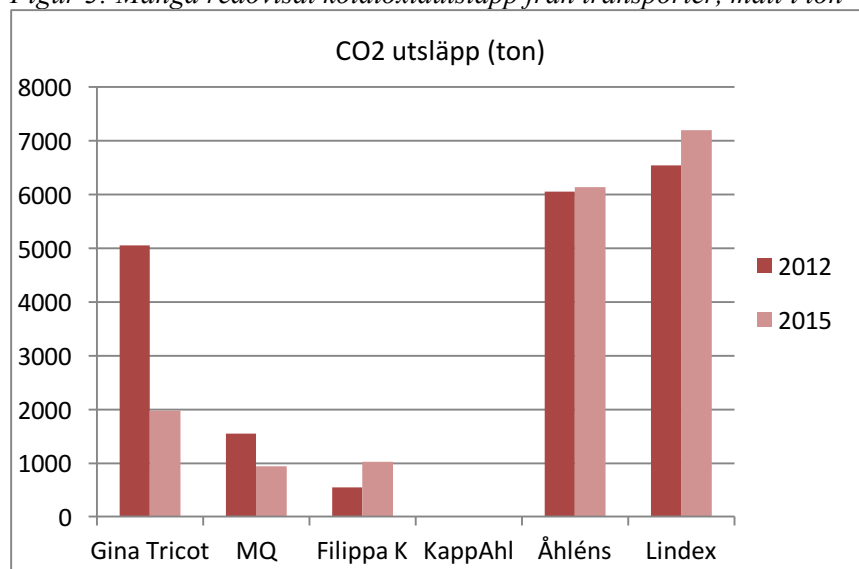
Lindex

I hållbarhetsredovisningen för år 2015 redovisar Lindex att de samlat in kläder i 50 av sina butiker där de totalt fick in 3,5 ton textilier som de sedan skänkte till Myrorna, samt att de skänker osålda produkter till olika välgörenhetsorganisationer (Lindex, 2012, 2015).

4.4 Koldioxidutsläpp (CO₂) från transporter

En stor del av företagets miljöpåverkan kommer från koldioxidutsläppen som orsakas av transporter från dess leverantörer i form av flyg, sjötransport, tåg och vägtransport. Tre av företagen har redovisat en ökad mängd koldioxidutsläpp, medan två företag har redovisat en minskning och KappAhl har inte redovisat sitt totala utsläpp.

Figur 3: Mängd redovisat koldioxidutsläpp från transporter, mätt i ton



Källa: Egen utformning

Figur 4: Ton koldioxidutsläpp per transport för Gina Tricot

<i>Gina Tricot</i>	2012	2015
<i>Flyg</i>	3 284,45	520
<i>Sjötransport</i>	353,71	359
<i>Lastbil</i>	1 414,84	1 081
<i>Intermodal</i>	-	13

Källa: Egen utformning

Gina Tricot har minskat sitt totala utsläpp från 5 053 CO₂ ton till 1 974 CO₂ ton. De uppger i sin hållbarhetsredovisning att de arbetar systematiskt med att sänka andelen flygfrakter och istället välja miljövänligare transporter, vilket kan utläsas från tabellen ovan där utsläppen från flygtransporterna har minskat sedan år 2012. År 2015 låg andelen flyg på 3 %, sjötransport 55 %, lastbil 38 % och intermodal 4 % (Gina Tricot, 2012, 2015).

Figur 5: Ton koldioxidutsläpp per transport för MQ

<i>MQ</i>	2012	2015
<i>Flyg</i>	529	240
<i>Sjötransport</i>	887	163
<i>Landtransport</i>	134	544

Källa: Egen utformning

På grund av en ökad produktion i Europa har MQ:s landtransporter ökat samtidigt som både flyg och sjötransporterna har minskat. Totalt sett har deras koldioxidutsläpp minskat från 1 550 CO₂ ton till 947 CO₂ ton och de uppger för båda åren att deras viktigaste mål är att fortsätta minska utsläppen (MQ, 2012, 2015).

Figur 6: Ton koldioxidutsläpp per transport för Filippa K

<i>Filippa K</i>	2012	2015
<i>Flyg</i>	242	348
<i>Sjötransport</i>	72	396
<i>Lastbil</i>	345	280

Källa: Egen utformning

Filippa K strävar efter att minska sitt koldioxidutsläpp men har under 2015 ökat sitt totala utsläpp från 548 ton CO₂ år 2012 till 1 024 CO₂ ton år 2015. Detta har sin förklaring i att de under 2015 var tvungna att öka andelen flygtransporter på grund av förseningar och en stor efterfrågan av varor (Filippa K, 2012, 2015).

Figur 7: Andel utsläpp per transport för KappAhl

<i>KappAhl</i>	2012	2015
<i>Flyg</i>	1 %	1,5 %
<i>Sjötransport</i>	96 %	96,4 %
<i>Tåg</i>	-	1,4 %
<i>Bil</i>	-	0,7 %
<i>Ej redovisat</i>	3 %	

Källa: Egen utformning

I KappAhl's hållbarhetsredovisning år 2012 och 2015 har de inte redovisat några siffror på deras koldioxidutsläpp, men de redovisar om sitt samarbete med Clean Shipping Index där de sedan 2008 arbetat för en ökad hållbarhet inom sjötransporten. För att vara medlem krävs det att minst två av fartygen som används vid varufrakt ska vara verifierade i enlighet med Clean Shipping Index kriterier (KappAhl, 2012, 2015).

Figur 8: Andel utsläpp per transport för Åhléns

<i>Åhléns</i>	2012	2015
<i>Flyg</i>	0,9 %	0,2 %

Källa: Egen utformning

Åhléns anger i deras hållbarhetsredovisning att målsättningen är att andelen flygtransporter inte ska överstiga 2 % av de totala transportererna, vilket de uppnått under både år 2012 och 2015. Totalt har Åhléns koldioxidutsläpp ökat från 6 057 CO₂ ton till 6 139 CO₂ ton under dessa år. I hållbarhetsredovisningen från 2012 redovisar de om ett nytt lagersystem som ska öka fyllnadsgraden i leveranserna, där de 2012 ligger på en nivå mellan 85-94% och 2015 redovisar de en fyllnadsgrad på endast 80 %, med målet att uppnå 90 % (Åhléns, 2012, 2015).

Figur 9: Andel utsläpp per transport för Lindex

<i>Lindex</i>	2012	2015
<i>Flyg</i>	4 %	-
<i>Sjötransport</i>	81,5 %	-
<i>Lastbil</i>	7,5 %	-
<i>Tåg</i>	5 %	-
<i>Sjö/flyg</i>	2 %	-

Källa: Egen utformning

År 2015 redovisades inga exakta siffror på hur stor andel av varje transportmedel som skedde från leverantörerna. Målet var att minska flygtransporterna och till största del använda sig av sjötransport och under 2015 fraktades 98 % av leveranserna från deras huvudleverantörer i Asien med sjötransport. De totala utsläppen har ökat från 6 542 CO₂ ton år 2012 till 7 192 CO₂ ton år 2015, och för att minska utsläppen redovisar de 2015 att de arbetar för att öka

fyllnadsgraden i transporterna. Liksom KappAhl är även Lindex medlem i Clean Shipping Index sedan 2008 (Lindex, 2012, 2015).

4.5 Vattenförbrukning

Vattenförbrukning är en av de största resurserna vid textilproduktion och det är därför viktigt att företagen tar ansvar för att minska vattenkonsumtionen i sina produktioner.

Gina Tricot

I hållbarhetsredovisningen från 2012 uppger Gina Tricot att de under 2013 kommer tillämpa *Swedish Textile Water Initiative* (STWI) (se bilaga) riktlinjer för hållbar vattenanvändning i produktionsleden hos två av deras jeansleverantörer i Turkiet. 2015 redovisar de att de kommer fortsätta med arbetet i Turkiet och dessutom inkludera fabriker i Bangladesh. Hittills har 613 000 kubikmeter vatten sparats genom STWI-projektet i Turkiet, och de kommer under året att arbeta med vattenfrågor hos sina leverantörer för en fortsatt vattenbesparing (Gina Tricot, 2012, 2015).

MQ

I 2012 års rapport redovisade MQ om sitt medlemskap i STWI som syftar till att bidra till en mer hållbar vattenförbrukning. 2015 skriver de om sitt fortsatta medlemskap i STWI och att dess riktlinjer introducerades hos ett antal av MQ:s leverantörer under 2013, som ligger till grund för MQ:s arbete kring uppföljning och utbildning hos leverantörerna. 2015 års redovisning tar upp att de under året har startat två nya projekt i Turkiet och Kina i samarbete med STWI, som ska ge utbildning hos fabriker i bland annat vatteneffektivitet, vattenrening samt vattenavfall som först nästa år kan visa ett resultat (MQ, 2012, 2015).

Filippa K

Genom sitt samarbete med STWI redovisar Filippa K 2012 att de har fått en fördjupad kunskap i hur de kan arbeta för att minska vattenkonsumtionen i leverantörskedjan, vilket är av stor betydelse då stora mängder vatten används inom varuproduktionen. Samarbetet med STWI fortlöpte under 2015 och Filippa K har ingått i ett projekt sedan 2014 där fyra av deras kinesiska underleverantörer ska effektivisera vattenanvändningen i produktionen. Detta projekt har hittills minskat vattenanvändningen med 70 071 ton.

KappAhl

Det viktigaste arbetet under 2012 var Cleaner Production i Bangladesh som har visat möjligheter till minskad vattenförbrukning, vilket de även kommer fortsätta arbeta med kommande år där målet är att minska användningen av vatten i produktion. Tillsammans med STWI har de under 2012 lanserat gemensamma riktlinjer för en hållbar vattenanvändning och genom samarbetet ingår de i projektet PaCT som under 2015 har minskat den genomsnittliga vattenanvändningen med 25 % i fabriker i Bangladesh. SWAR är ett liknande projektet i Indien som pågått i två år och omfattades av totalt 120 leverantörer under 2015. De tar även upp att de ställer krav på vattenreningsverk hos leverantörer med våtprocesser (KappAhl, 2012, 2015).

Åhléns

Genom medlemskapet i STWI har Åhléns utifrån deras riktlinjer under 2012 genomfört testrevisioner hos färgerier som visade att en mer ordentlig kartläggning hos leverantörernas färgerier behöver göras. I hållbarhetsredovisningen för 2015 redovisar de att de sedan 2014 är medlem i Business Environmental Performance Initiative (BEPI) vars syfte är att minska miljöpåverkan. En fabrik som granskas av BEPI måste uppfylla krav på till exempel energi- och vattenförbrukning, kemikalie- eller avfallshantering, beroende på typ av produktion och miljöpåverkan. De leverantörer som testade BEPI:s program under året har inte fått de utfall som önskats och de arbetar nu mot en förbättring (Åhléns, 2012, 2015).

Lindex

I hållbarhetsredovisningen för 2015 redovisar Lindex om att de har miljökrav på leverantörer i våtprocesserna, där ett av kraven innebär rening av avloppsvatten. Bedömningar och uppföljningar görs av Lindex egna hållbarhetsexperter från deras produktionskontor och syftet med miljökraven är att öka medvetenheten om miljön inom deras leverantörskedja. De redovisade 2015 att förbättringar har skett hos leverantörerna sedan de införde dessa miljökrav och genom sitt samarbete med STWI arbetar de med att utveckla leverantörernas vattenanvändning i produktionen. De redovisade även för projektet PaCT i Bangladesh som de startade 2013 i syfte att åstadkomma miljöförändringar, som exempelvis att minska vattenförbrukningen och föroreningar av vatten som förekommer inom textilindustrin.

Denimproduktionen är en av de mest vattenkrävande produktionerna som innebär vattenintensiva textilprocesser, och 2015 redovisade de att de på grund av detta startat ett

projekt tillsammans med ett spanskt företag som resulterat i att denimleverantörer i Bangladesh och Pakistan reducerat sin vattenförbrukning vid produktionen med upp till 45 % (Lindex, 2012, 2015).

4.6 Energiförbrukning

När det kommer till företagens miljöpåverkan är även energiförbrukning en bidragande faktor, vilket sker genom uppvärmning, kylning samt elförbrukning i butiker och lokaler. Hur företagen redovisat sin energiförbrukning skiljer sig en del, där MQ inte har redovisat något om deras energiförbrukning.

Gina Tricot

Gina Tricots energiförbrukning i de svenska butikerna och kontoren var år 2012 4 470 MWh och redovisade för året att de så långt det är möjligt använder sig av grön el för att minska energiförbrukningen, vilket de gjort då energiförbrukningen 2015 var 4 151 MWh. De redovisade även att huvudkontoret numera är en så kallad green building, vilket innebär att den ska förbruka mindre än 25 % av en vanlig byggnad och hade under 2012 använt 37 % mindre energi. 2015 var huvudkontoret fortfarande en green building och hade under året förbrukat 40 % mindre energi än vad de svenska byggnormerna kräver. För att ytterligare minska energiförbrukningen har de under 2015 succesivt gått över till att använda sig av LED-belysning (Gina Tricot, 2012, 2015).

Filippa K

Lika som Gina Tricot har även Filippa K redogjort för en minskning av sin energiförbrukning i sin hållbarhetsredovisning under den studerade perioden. De har minskat från 573 048 KWh år 2012 till 423 295 KWh år 2015. Det som redovisas är att de bytt till grön el år 2012, vilket också redovisas i 2015 års hållbarhetsredovisning samt att de även bytt till LED-lampor och infört ny energipraxis i butikerna (Filippa K, 2012, 2015).

KappAhl

KappAhl redovisade år 2012 och 2015 att de hade som mål att minska energiförbrukningen och att de hela tiden arbetar för att minska förbrukningen i butikerna, vilket de gör genom att analysera varje butiks möjlighet att effektivisera belysningen. Inga siffror för energiförbrukningen redovisades för något av åren (KappAhl, 2012, 2015).

Åhléns

I hållbarhetsredovisningen för år 2012 redovisades en energiförbrukning på 414 KWh/m² som under 2015 hade minskat till 326 KWh/m². 2012 och 2015 redovisar de att byte till LED-lampor sker fortlöpande vid ombyggnad och nyöppningar. 2015 anger de att de sedan flera år tillbaka använder centrala elabonnemang i flera varuhus som kommer från ursprungsmärkt vattenkraft, och att de arbetar för att införa det i samtliga fastigheter (Åhléns, 2012, 2015).

Lindex

I 2012 års hållbarhetsredovisning redogör de inte för några uppgifter om energiförbrukningen eller uppsatta mål för året, däremot redovisar de år 2015 en energiförbrukning på 93 924 MWh, vilket motsvarar 11 374 ton CO₂. De uppger också att de vill minimera energiförbrukningen i alla butiker och kontor och följer därför en rutinmässig checklista (Lindex, 2012, 2015).

4.7 GRI

Som nämnts tidigare i uppsatsen finns det inget regelverk om hur en hållbarhetsredovisning ska upprättas och företagen får på så vis själva välja om de vill följa GRI:s standard eller om de väljer att upprätta redovisningen efter egna ramar. Nedan finns en tabell som visar om de valda företagen uppgett i sin redovisning att de utgått från GRI:s riktlinjer vid upprättandet, samt vilken tillämpningsnivå de anser sig följa. Ett X i tabellen innebär att företaget följt GRI. C eller core som presenteras efter X:et förklarar vilken tillämpningsnivå företaget använt sig av, där C kräver att företaget ska redovisa minst en miljöindikator och core innebär en grundläggande redovisning av miljöindikatorer.

Figur 10: Företag som följt GRI:s standard samt tillämpningsnivå

	Gina Tricot	MQ	Filippa K	KappAhl	Åhléns	Lindex
2012	X		X		X/C	
2015	X/Core			X/Core	X	X/Core

Källa: egen utformning

Under 2012 följde Gina Tricot, Filippa K samt Åhléns GRI:s upplaga G3.1. Åhléns var de enda som angett att de redovisar enligt den lägsta tillämpningsnivån C. Under perioden kom GRI med den uppdaterade versionen G4 som 2015 följdes av Gina Tricot, KappAhl, Åhléns och Lindex, där samtliga utom Åhléns angett att de upprättat i enlighet med den nya

tillämpningsnivån core. Lindex uppger även 2015 att de är anslutna till Global Compact och förbinder sig därmed att följa de tio framtagna principerna.

5. Analys

Det går att se en trend i att hållbarhetsredovisningens omfattning har ökat under den studerade perioden där vi observerat att företagen har ökat antalet bilder och lagt större vikt vid att redovisa om miljöaspekter. Enligt Frostenson et al. (2015) kan det delvis ha sin förklaring i att företagens ansvarstagande mot en hållbar utveckling har fått en allt större betydelse. Som Deegan (2002) hävdar, finns det ett socialt kontrakt mellan företaget och samhället där företag kan erhålla legitimitet om de förhåller sig till kontraktet, vilket kan kopplas till att företagens redovisning av miljön har ökat på grund av att det är en viktig samhällsfråga. Att antalet bilder har ökat kan enligt PAT-teorin grunda sig i att företagen väljer att redovisa på ett sätt som gör att redovisningen blir mer attraktiv för läsaren, som i deras fall till största del är intressenterna. Genom att utforma en hållbarhetsredovisning som tilltalar intressenterna kan det bidra till fler läsare och därigenom kan företaget stärka sin ekonomiska ställning genom att framstå som ansvarsfulla inom hållbarhet.

Samtliga företag har visat en ökning av andelen hållbara material under perioden, där stort fokus ligger på BCI-bomull och år 2012 redovisade tre av de studerade företagen att de var medlemmar i organisationen BCI, och under år 2015 hade antalet ökat då fem av företagen redovisade om sitt medlemskap. Det visar att företagen har utvecklat sitt arbete och att redovisningen av hållbara material har blivit mer omfattande, då fler hållbara material redovisas 2015 än 2012. Det kan förklaras av att de valt att redovisa en aspekt som anses viktig för dess konsumenter i och med den rådande klimatfrågan, och som Clarkson (1995) menar är det betydelsefullt att eftersträva de primära intressenternas begäran för företagets överlevnad. Att företagen valt att redovisa om hållbara material i större utsträckning kan även kopplas till legitimitetsteorin där företagen utvecklat sin redovisning för att leva upp till det sociala kontraktet.

Medlemskapet i T4RI har utvecklats sedan 2012 där endast två av företagen var medlemmar till att samtliga, utom Filippa K, ingick i initiativet 2015. T4RI kan ha bidragit till att fler företag under 2015 donerade kläder till ideella organisationer. Majoriteten av företagen uppger dock inte vad de åstadkommit med donationen eller hur mycket de donerat. Det kan

tyda på att de enbart redovisar om medlemskapet för att stärka sitt rykte och sin legitimitet, som enligt O'Donovan (2002) kan ge redovisningen en felaktig bild.

Samtliga företag har redovisat deras totala utsläpp för transporter, men det som skiljer sig åt är att somliga företag har redovisat andel transportsätt medan andra har redovisat andel utsläpp per transportsätt. Att redovisningen av transporter ser olika ut förstärker Searcy och Buslovich (2014) och Hahn och Kühnen (2013) teori om att företagens redovisning kan skilja sig åt på grund av att det inte finns något krav på vad den bör innehålla. Majoriteten av de redovisade koldioxidutsläppen visar på en ökning av de totala utsläppen, samtidigt som det skett en utveckling under perioden då företagen under 2015 i högre grad valt att frakta sina varor med båttransport som är ett miljövänligare transportmedel. Att företagen redovisar att de väljer transporter som har mindre miljöpåverkan tar bort fokus från resultaten som visar att flera företag har ökat sina totala utsläpp, vilket enligt Mitchell och Ramey (2011) är greenwashing. Greenwashing förklaras som att företagen försöker dölja information som kan vara till deras nackdel genom att redovisa det på ett sätt som ger ett miljövänligt intryck (Mitchell & Ramey, 2011). Det går även att koppla denna typ av positiva redovisning till PAT-teorin då företagen i studien lägger vikt vid att redovisa det som ger dem mest vinning, vilket företagen gör då de valt att fokusera på det som de har gjort för att minska miljöpåverkan genom att välja miljövänligare transporter.

Vad gäller vattenförbrukning visar resultatet att de studerade företagen inte har redovisat några siffror på vattenanvändningen, vilket enligt Searcy och Buslovich (2014) kan orsakas på grund av att det är företagens leverantörer som håller i produktionen och därmed kan det bli svårt att samla in information kring vattenförbrukningen hos samtliga leverantörer. Efter 2012 har det skett en utveckling då de 2015 redovisat vad de åstadkommit genom sitt medlemskap i STWI. Enligt PAT-teorin väljer företag att redovisa på ett sätt som gynnar dem själva. Att företagen inte redovisar sin vattenåtgång kan förklaras av att åtgången på vatten inom textilindustrin är så pass stor att de istället väljer att redovisa om sitt medlemskap i STWI. Att redovisa om STWI kan kopplas till legitimitetsteorin där Wilmschurst och Frost (1999) nämner att företag som har en negativ inverkan på miljön väljer att redovisa om sitt hållbarhetsarbete, vilket de studerade företagen gör genom att redovisa om sitt medlemskap i STWI.

Generellt sett lägger företagen inte särskilt stor vikt vid att redovisa sitt arbete för att minska energiförbrukning, men det har skett en liten utveckling då ytterligare ett företag redovisat sin energianvändning under 2015, samt att majoriteten tar upp påbörjade förbättringar så som LED-lampor för att minska åtgången. Anledningen till att företagens redovisning kring energin är bristfällig kan enligt Searcy och Buslovich (2014) förklaras av svårigheter kring insamlandet av data, samt att det ses som irrelevant information inom branschen och att de därför väljer att lägga fokus på mer relevanta områden. Denna avvikande information kan även kopplas till intressentteorin där företagen väljer att redovisa det intressenterna efterfrågar och med tanke på den verksamhet de bedriver är inte energin den faktor som har störst negativ påverkan på miljön.

Under perioden är det sju av tolv studerade hållbarhetsredovisningar som följer GRI:s riktlinjer vid upprättandet. Att företag upprättar sin hållbarhetsredovisning efter GRI kan enligt legitimitetsteorin stärka intressenternas förtroende till företaget, då tillförlitligheten stärks genom att de följer framtagna riktlinjer. Som intressentteorin menar finns det ett beroende mellan företaget och dess intressenter, vilket kan förklara varför företag väljer att utforma sin redovisning efter GRI:s riktlinjer, då det kan ligga till grund för intressenternas beslutsfattande. Enligt Hahn och Kühnen (2013) drivs företag av strategiska val vid upprättandet av redovisning gällande miljön trots att de tillämpat GRI:s riktlinjer, vilket föranleder till att utformningen av redovisningen kan skilja sig åt mellan företagen. Emellertid har denna studie svårt att urskilja vilka företag som upprättat enligt GRI:s ramverk och vilka som inte följt dem, då företagets val av innehåll i redovisningen innefattar liknande indikatorer och kategorier.

6. Diskussion

Studien visar att det har skett en viss utveckling i de studerade företagens hållbarhetsredovisning år 2012 och 2015, dock var de observerade skillnaderna mindre än förväntat. Det är troligt att studien hade medfört ett annat resultat om vi istället granskat hållbarhetsredovisningar från år tidigare än 2012, då det kan tänkas behövas ett längre tidsintervall för att se en signifikant utveckling. Med tanke på att hållbarhetsfrågor har blivit så pass viktiga den senaste tiden förväntade vi oss ändå att företagen skulle redovisa mer om vad de i praktiken har åstadkommit genom sitt hållbarhetsarbete.

De tydligaste utvecklingarna som framkommit i studien är att företagens hållbarhetsredovisning under 2015 har blivit mer omfattande och att de blivit mer lika varandra, där den största ökningen utgörs av bilder men företagen har även lagt större fokus på hållbara material. Att företagen valt att öka antalet bilder i hållbarhetsredovisningarna och att de själva väljer vilka aspekter som ska ingå och hur de redovisas, kan ses som ett marknadsföringsverktyg då de i stort sett väljer att redovisa om enbart positiva aspekter och att bilderna får hållbarhetsredovisningen att framstå som mer tilltalande.

Samtliga företag har ökat sin andel hållbara material sedan 2012, men ökningen mellan åren och de totala hållbara materialen 2015 skiljer sig en hel del mellan företagen. Frågan kan då uppstå hur det kan vara en sådan markant skillnad mellan de studerade företagens utveckling av hållbara material. Det kan delvis förklaras av att företagen själva bedömer vilka material som anses uppnå kriterierna för att klassas som hållbara, vilket gör att redovisningen blir mindre tillförlitlig i och med att företagen utgår från olika kriterier och därmed kan jämförbarheten mellan företagen försvåras.

Utöver utvecklingen av hållbara material har det i studien observerats att redovisningen kring företagens medlemskap och initiativ i olika hållbarhetsorganisationer blivit mer omfattande och fått en allt större plats under 2015 än i 2012 års redovisning. Den ökade redovisningen av medlemskapen kan tyda på att företagen har ökat sitt engagemang och tagit ett större ansvar kring hållbarhetsfrågor, då de genom medlemskapen får mer kunskap och kan därigenom bland annat ställa högre krav på sina leverantörer och produktionsprocessen. Företagens initiativ berör samtliga tre dimensioner, där den utifrån den miljömässiga dimensionen bidrar till en mindre negativ påverkan på miljön. Vad gäller medlemskapet i BCI där företagen arbetar för en mer hållbar bomullsodling, ger det även bättre förutsättningar för bönderna som producerar bomullen i och med att de utsätts för mindre kemikalier och bekämpningsmedel vid produktionen, och därmed redovisar företagen även om sociala dimensioner.

Återvinning kan utöver ett miljöperspektiv även innefatta en ekonomisk dimension, där Filippa K har koncepten Lånegarderoben och Filippa K Lease concept. Båda dessa bidrar till en ekonomisk vinning för företaget i och med att kläderna lånas ut upprepande gånger istället för att skänkas eller förbli osålda. Att företagen skänker kläder till olika välgörenhetsorganisationer kan även ses ur ett ekonomiskt perspektiv då företagen inte gör

någon förlust genom att skänka osålda och reklamerade varor. Det kan ge en positiv bild utåt som kan stärka företagets rykte och legitimitet, och utifrån detta få en ekonomisk vinning.

Att företagen har blivit allt mer lika varandra när det kommer till hur de redovisar sitt hållbarhetsansvar gör att det uppstår svårigheter att urskilja vilka företag som följer GRI:s riktlinjer och vilka som inte gör det. I och med att GRI inte är det enda ramverket för vad en hållbarhetsredovisning bör innehålla finns möjlighet att de företag som inte uppgett att de följt GRI vid upprättandet istället utgått från exempelvis Global Compacts. Trots att det endast är Lindex som redovisat att de anslutit sig till Global Compact har resultatet visat att företagen uppfyller principen om att ta egna initiativ, vilket de gör genom T4RI, där de försöker skapa bättre förutsättningar för återvinning av textilier. Genom sitt medlemskap i BCI där de utbildar bönder i en mer hållbar bomullsodling, uppfyller de även principen om att bidra till en utveckling av miljövänlig teknik. En ytterligare anledning till att det inte är någon markant skillnad mellan företagens hållbarhetsredovisning kan tänkas förklaras av att företagen som utgått från GRI endast har tillämpat nivå C och core. Denna tillämpningsnivå innebär att det är relativt få indikatorer som behöver redovisas och ger därmed en bred möjlighet för företagen att själva välja vad de vill redovisa.

En annan tänkbar förklaring skulle kunna vara det nya lagförslaget om krav på att upprätta hållbarhetsredovisning för större företag. Samtliga företag i studien kommer att omfattas av det nya lagförslaget, men dock anser vi inte att företagens redovisning kring hållbarhet har påverkats av detta lagförslag i och med att kraven som följer med lagen om vad en hållbarhetsredovisning ska innehålla har liknande riktlinjer som GRI och Global Compact.

Diskussionen antyder att företagen inom modebranschen kan ha utvecklat en egen branschstandard utifrån de olika riktlinjer och direktiv, där de redogör för aspekter som är mer anpassad till deras verksamhet och lägger mindre vikt vid att redovisa om indikatorer som inte anses vara lika betydelsefulla. Anledningen till varför vi anser att det kan ha utvecklats en branschstandard vid modeföretagens hållbarhetsredovisning, grundar sig i studiens framtagna resultat som visar att redovisningarna under perioden har utformats till att bli allt mer lik varandra i innehåll och vad företagen lägger störst vikt vid att redovisa kring. Resultatet visar även att företagen i större utsträckning väljer att utfylla redovisningen med bilder, vilket gör att omfattningen av hållbarhetsredovisningarna inte behöver betyda att de innehåller mer

information om hållbarhetsfrågor. Redovisningen av hållbara material har utvecklats och blivit mer omfattande, då fler material tillkommit under perioden och företagen lägger även stor vikt vid att redovisa medlemskapet i BCI.

Andra medlemskap som rör miljön, så som T4RI och STWI har fått en mer central del i redovisningen där företagen genom dessa förmedlar vad de strävar och arbetar mot. Vad gäller koldioxidutsläpp, väljer de att lägga fokus på andelen transportsätt, utsläpp per transportsätt eller det transportmedel de strävar efter att använda. En annan indikator som tagits fram i resultatet är energiförbrukning, vilket inte förekommer i alla studerade redovisningar och detta kan därmed tyda på att det kan anses vara en mindre betydande indikator för branschen.

7. Slutsats

Syftet med studien var att genom granskning av hållbarhetsredovisningar förklara hur företag inom modebranschen har utvecklat sin hållbarhetsredovisning.

Den övergripande slutsatsen för uppsatsen är att de studerade företagen under perioden 2012 och 2015 har visat på en viss utveckling av hållbarhetsredovisningarna och att de tenderar att efterlikna varandra, vilket kan tyda på att de möjligtvis har utvecklat en egen branschstandard utifrån GRI och Global Compact. Dock förmodar vi att syftet för studien hade besvarats bättre om det varit möjligt att studera hållbarhetsredovisningar från tidigare år då det troligtvis bidragit till att vi sett en större utveckling. Den observerade utvecklingen som uppvisades kan ha sin grund i att företagen har fått ett ökat engagemang i och med att klimatfrågan är ett högaktuellt ämne, men utvecklingen kan även grunda i sig att företagen använder hållbarhetsredovisningen i marknadsföringssyfte.

8. Källförteckning

Ammenberg, J. (2012). *Miljömanagement: Miljö- och hållbarhetsarbete i företag och andra organisationer*. Lund: Studentlitteratur.

Better Cotton Initiative (1), *About BCI*, Hämtad 2017-04-20, från Better Cotton Initiative, <http://bettercotton.org/about-bci/>

Better Cotton Initiative (2), *Terms of membership*, Hämtad 2017-04-21, från Better Cotton Initiative, <http://bettercotton.org/wp-content/uploads/2013/12/BCI-Terms-of-Membership.pdf>

Bergström, G. & Boréus, K. (2005). *Textens mening och makt: metodbok i samhällsvetenskaplig textanalys*. Lund: Studentlitteratur.

Bjereld, U., Demker, M. & Hinnfors, J. (2009). *Varför vetenskap?: Om vikten av problem och teori i forskningsprocessen*. (3. uppl.). Lund: Studentlitteratur.

Christofi, A., Christofi, P., & Sisaye, S. (2012). "Corporate sustainability: historical development and reporting practices". *Management Research Review*, 35(2), 157-172. doi: 10.1108/01409171211195170

Clarkson, M. E. (1995). A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *Academy of management review*, 20(1), 92-117.

Cotton Connect (1), *About us*, Hämtad 2017-04-19, Från Cotton Connect, <http://cottonconnect.org/about-us/>

Cotton Connect (2), *How we work*, Hämtad 2017-04-28, Från Cotton Connect, <http://cottonconnect.org/how-we-work/>

Deegan, C. & Unerman, J. (2011). *Financial Accounting Theory*. (2. European ed.) Maidenhead: Mc Graw-Hill Education.

- Deegan, C. (2002). The legitimising effect of social and environmental disclosures - a theoretical foundation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 15(3), 282-311.
- Denscombe, M. (2016). *Forskningshandboken: för småskaliga forskningsprojekt inom samhällsvetenskaperna*. (3.uppl.) Lund: Studentlitteratur.
- Delmas, M. A., & Cuerel Burbano, V. (2011). The Drivers of Greenwashing. *California Management Review*, 54(1), 64-87.
- Esaiasson, P., Gilijam, M., Oscarsson, H., Towns, A.E. & Wängnerud, L. (2017). *Metodpraktikan: konsten att studera samhälle, individ och marknad*. (5. uppl.). Stockholm: Wolters Kluwer.
- Fejes, A. & Thornberg, R. (2016). *Handbok i kvalitativ analys* (2. uppl.). Stockholm: Liber.
- Filippa K. (2012). *Hållbarhetsredovisning 2012*, hämtad 2017-03-28, från Filippa K, <https://www.filippa-k.com/media/wysiwyg/filippa-k-world/sustainability/reports/Filippa-K-Sustainability-Report-2012.pdf>
- Filippa K. (2015). *Hållbarhetsredovisning 2015*, hämtad 2017-03-28, från Filippa K, <https://www.filippa-k.com/media/wysiwyg/filippa-k-world/sustainability/reports/Filippa-K-Sustainability-Report-2015.pdf>
- Frostenson, M., Helin, S. & Sandstöm, J. (2011). *Hållbarhetsredovisning: Grunder, praktik och funktion*. Malmö: Liber.
- Frostenson, M., Helin, S. & Sandstöm, J. (2015) *Hållbarhetsredovisning: Grunder, praktik och funktion*. (2. uppl.). Stockholm: Liber.
- Gina Tricot. (2012). *Hållbarhetsredovisning 2012*, hämtad 2017-03-28, från Gina Tricot, https://www.ginatricot.com/cms/system/csr/footer/pdf/hallbarhetsredovisning_2012_webversion.pdf

Gina Tricot. (2015). *Hållbarhetsredovisning 2015*, hämtad 2017-03-28, från Gina Tricot, https://www.ginatricot.com/cms/system/csr/footer/pdf/gina_hr_16.pdf

GRI (1), *About GRI*, Hämtad 2017-04-28, från GRI, <https://www.globalreporting.org/Information/about-gri/Pages/default.aspx>

GRI (2), *Sustainability Reporting Guidelines*, Hämtad 2017-05-02, från GRI, <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/G3.1-Guidelines-Incl-Technical-Protocol.pdf>

Grafström, M., Göthberg, P. & Windell, K. (2015). *CSR: företagsansvar i förändring*. (2. uppl.) Malmö: Liber.

Hahn, R. & Kühnen, M. (2013). Determinants of sustainability reporting: a review of results, trends, theory, and opportunities in an expanding field of research. *Journal of Cleaner Production*, 59, 5-21.

Hahn, R. & Lülfs, R. (2013). Legitimizing Negative Aspects in GRI-Oriented Sustainability Reporting: A Qualitative Analysis of Corporate Disclosure Strategies. *Journal of Business Ethics*, 123, 401-420. doi:10.1007/s10551-013-1801-4

Human Bridge, *Om Human Bridge*, Hämtad 2017-04-19, från Human Bridge, <http://www.humanbridge.se/hem/om-human-bridge/>

Ishak, Z. & Tri Setyorini, C. (2012). Corporate Social and Environmental Disclosure: A Positive Accounting Theory View Point. *International Journal of Business and Social Science*, 3(9), 152-164.

Johannessen, A. & Tufte, P.A. (2003). *Introduktion till samhällsvetenskaplig metod*. (1. uppl.). Malmö: Liber.

Judits, *Butiken*, Hämtad 2017-04-19, från Judits, <http://judits.se/butiken/>

KappAhl. (2012). *Hållbarhetsredovisning 2012*, hämtad 2017-03-28, från KappAhl, https://www.kappahl.com/globalassets/about-kappahl-corporate/documents/sustainability-docs/sustainability-reports-20132014/20112012/kappahl_hallbarhetsredovisning_2011_2012.pdf

KappAhl. (2015). *Hållbarhetsredovisning 2015*, hämtad 2017-03-28, från KappAhl, https://www.kappahl.com/globalassets/about-kappahl-corporate/documents/ir-docs/annual--interim-reports/20142015/kappahl_arsredovisning2015_dell.pdf

Kinn, G. (2016). Global pakt med näringslivet, *FN-fakta, FN och näringslivet*. (FN). New York: FN. Från <http://fn.se/wp-content/uploads/2016/08/Faktablad-N%C3%A4ringsliv.pdf>

Lindex. (2012). *Hållbarhetsredovisning 2012*, hämtad 2017-03-28, från Lindex, <http://about.lindex.com/se/wp-content/uploads/sites/3/2014/12/Lindex-Sustainability-2012-Sammanfattning.pdf>

Lindex. (2015). *Hållbarhetsredovisning 2015*, hämtad 2017-03-28, från Lindex, <http://about.lindex.com/se/wp-content/uploads/sites/3/2016/04/Lindex-Sustainability-Report-2015-B.pdf>

Malm, T. (2016). *Lagrådsremiss*, (Regeringen). Stockholm: Regeringen. Från <http://www.regeringen.se/contentassets/951e5cdee12e439c87828e06c7f268a6/foretagens-rapportering-om-hallbarhet-och-mangfaldspolicy>

Mitchell, L.D., & Ramey, W.D. (2011). "Look How Green I Am! An Individual-Level Explanation for Greenwashing", *Journal of Applied Business and Economics*, 12(6), 40-45.

MQ. (2012). *Hållbarhetsredovisning 2011/2012*, hämtad 2017-03-28, från MQ, http://ir.mq.se/sites/default/files/page/sustainability_report_2011-2012.pdf

MQ. (2015). *Hållbarhetsredovisning 2014/2015*, hämtad 2017-03-28, från MQ, http://ir.mq.se/sites/default/files/page/mq_hallbarhetsredovisning_2014_2015.pdf

- O'Donovan, G. (2002). Environmental disclosures in the annual report: Extending the applicability and predictive power of legitimacy theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), 344-371.
- Parguel, B., Benoît-Moreau, F., & Larceneux, F. (2011). "How Sustainability Ratings Might Deter 'Greenwashing': A Closer Look at Ethical Corporate Communication" *Journal of Business Ethics*, 102(1), 15-28. doi: 10.1007/s10551-011-0901-2
- Searcy, C., & Buslovich, R. (2014). Corporate Perspectives on the Development and Use of Sustainability Reports. *Journal of Business Ethics*, 121(2), 149-169. doi:10.1007/s10551-013-1701-7
- SIWI, *Sweden Textile Water Initiative (STWI)*, Hämtad 2017-04-29, från SIWI, <http://www.swedishwaterhouse.se/sv/om-oss/samarbeten/stwi/>
- SIWI, *Vattnets roll för hållbara värdekedjor i textilbranschen*, Hämtad 2017-04-29, från SIWI, <http://www.swedishwaterhouse.se/sv/nyheter/vattnets-roll-for-hallbara-vardekedjor-i-textilbranschen/>
- Skärvad, P.H. & Lundahl, U. (2016). *Utredningsmetodik*. (4. uppl.) Lund: Studentlitteratur.
- Sverigekonsumenterna, *Ekologisk bomull-Hur funkar det?* Hämtad 2017-04-22, från Sverigekonsumenterna, <http://www.sverigekonsumenter.se/Stilmedveten/Kategorier/fakta/Ekologisk-bomull---hur-funkar-det/>
- Svensk Handel, *Textil återvinning – projektet T4RI*, Hämtad 2017-04-23, från Svensk Handel, <http://www.svenskhandel.se/aktuellt-och-opinion/vara-fragor/hallbar-handel/textil-atervinning--projektet-t4ri/>
- Swedish Textile Water Initiative, *Network?* Hämtad 2017-05-09, från Swedish Textile Water Initiative, <http://stwi.se/about/>

Sweeney, L. & Coughlan, J. (2008). Do different industries report Corporate Social Responsibility differently? An investigation through the lens of stakeholder theory. *Journal of Marketing Communications*, 2(14), 113-124.

Watts, R.L., & Zimmerman, J.L. (1986). *Positive Accounting Theory*. London: Prentice Hall International.

Watts, R. L., & Zimmerman, J. L. (1990). Positive Accounting Theory: A Ten Year Perspective. *The Accounting Review*, 65(1), 131-156.

Wilmshurst, T., & Frost, G. (2000). Corporate environmental reporting – A test of legitimacy theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 13(1), 10-26.

WWF (1), *Vad händer med klimatet?* Hämtad 2017-05-10, från WWF, <http://www.wwf.se/wwfs-arbete/klimat/vad-ar-klimatforandringarna/1124260-vad-ar-klimatforandringarna>

WWF (2), *Bomull - en vattenslukande gröda*, Hämtad 2017-04-27, Från WWF, <http://www.wwf.se/wwfs-arbete/sotvatten/vattenfotavtryck/1128210-bomull-1a-sida>

Åhléns. (2012). *Hållbarhetsredovisning 2012*, hämtad 2017-03-28, från Åhléns, https://issuu.com/ahlens/docs/_ahlens_h_hallbarhetsrapport_2012.fi

Åhléns. (2015). *Hållbarhetsredovisning 2015*, hämtad 2017-03-28, från Åhléns, http://www.ahlens.se/INTERSHOP/static/WFS/Ahlens-AhlensSE-Site/-/Ahlens-AhlensSE-b2c-web-shop/sv_SE/Pdf/Hallbarhet/Ahlens_hallbarhetsrapport_2015_single.pdf

Bilaga

De studerade företagen redovisar om medlemskap i olika organisationer och initiativ, och nedan följer en redogörelse för vad dessa innebär.

Better Cotton Initiative (BCI) är en ideell organisation som strävar efter att göra bomullsproduktionen mer hållbar genom att producera hållbara materialet Better Cotton. Det är närmare 250 miljoner människor som producerar bomull, och för att uppnå en mer hållbar odling arbetar BCI med flertalet intressenter. Där målet är att utveckla och förbättra förhållandena för bönderna vid bomullsproduktionen och finna lösningar för att minska miljöpåverkan ([bettercotton.org\(1\)](http://bettercotton.org(1))). Genom att vara medlem i BCI betalar företagen en medlemsavgift som går till att utbilda dessa bomullsodlare ([bettercotton.org\(2\)](http://bettercotton.org(2))).

Cotton Connect är en organisation som har i uppdrag att utveckla bomullsindustrin och arbetar med varumärken och återförsäljare i syfte att göra det möjligt att utveckla en mer hållbar leveranskedja ([cottonconnect.org\(1\)](http://cottonconnect.org(1))). De är implementeringspartner för BCI och tillsammans med dem arbetar de och möjliggör för bönder att arbeta och odla bättre bomull genom utbildningar ([cottonconnect.org\(2\)](http://cottonconnect.org(2))).

Under 2010 startade ett flertal svenska textil- och lädervarumärken tillsammans med Swedish Water House initiativet **Swedish Textile Water Initiative** (STWI), där de tillsammans har skapat riktlinjer för hållbart vatten hos leverantörer (stwi.se). Textilindustrin är en av världens största industrier, och i de asiatiska länderna räknas textilindustrin som den fjärde största vattenanvändaren. Med hjälp av de framtagna riktlinjerna är syftet att minska vatten-, el- och kemikalieförbrukningen (swedishwaterhouse.se) då det kan krävas upp till 29 000 liter vatten för att producera ett kilo bomull ([wwf.se\(2\)](http://wwf.se(2))).

Initiativet **Textile for Recycling Initiative** (T4RI) är bildat av ett flertal svenska företag där de aktivt för dialoger för att hitta lösningar till målen som är att bidra och skapa bättre förutsättningar för återanvändning och återvinning av textilier. Detta gör de bland annat genom insamling av textilier som sedan tas om hand om på bästa sätt, där miljön alltid är i fokus (svenskhandel.se).