



Norges miljø- og  
biovitenskapelige  
universitet

**Masteroppgave 2021 30 stp**  
Handelshøyskolen

# **En undersøkelse av kvaliteten på europeisk bærekraftsrapportering i tre sektorer**

**Cecilie C. Foyn & Karoline Sandaa**  
Økonomisk styring

## **Forord**

Denne masteroppgaven er blitt skrevet som en del av vår mastergrad i økonomi og administrasjon på Norges Miljø og Biovitenskapelige universitet. Oppgaven utgjør 30 studiepoeng innenfor vår studieretning økonomisk styring.

NMBU's sterke fokus på bærekraftig utvikling har gjort oss oppmerksomme på viktigheten av transparens og åpenhet i næringslivet. Vi ønsket derfor å sette oss inn i et område vi mener vil bli svært nyttig og viktig i årene fremover.

Vi ønsker å rette en stor takk til vår veileder Jens Bengtsson som har fulgt oss gjennom denne prosessen. Videre vil vi takke venner og familie som har oppmuntret oss gjennom denne lange skriveprosessen.

*Oslo, 31.mai 2021*

Cecilie Christensen Foyn & Karoline Sandaa

## Abstrakt

Bedrifter er under et økende press om å bli bærekraftig. Gjennom direktiv 2014/95/EU pålegges store foretak i EU å offentliggjøre ikke-finansiell informasjon. Reguleringen skal bidra til økt åpenhet blant selskapene. Kvaliteten på informasjon er imidlertid varierende. Global Reporting Initiative (GRI) har utviklet et rammeverk som selskaper kan rette sin bærekraftsrapportering etter. Formålet med denne masteroppgaven er å undersøke kvaliteten på bærekraftsrapporteringen til store europeiske foretak. For å kunne si noe om kvaliteten undersøkes selskapenes bærekraftsrapporter og årsrapport opp mot GRI-rammeverket.

Ved hjelp av et numerisk poengsystem basert på de tre emnespesifikke standardene i GRI undersøkes rapportene til 30 største europeiske selskapene innenfor olje- og gass-, IKT- og klessektoren. I tillegg undersøkes selskapenes rapportering for tegn på grønnvasking ved hjelp av et numerisk poengsystem basert på åtte overordnede kriterier.

Legitimitetsteorien og stakeholder-teorien er sentrale for å forklare hvorfor kvaliteten på selskapenes bærekraftsrapportering er varierende. Selskapene har et økende press på seg fra ulike interessenter til å legitimere sin virksomhet. Resultatene fra denne undersøkelsen viser at kvaliteten på informasjon som publiseres er varierende mellom sektorene. Olje- og gass-sektoren scorer vesentlig høyere innenfor de tre emnespesifikke standardene enn IKT- og klessektoren. I henhold til kriteriene som stilles i GRI viser olje- og gass-sektoren enn større åpenhet i deres arbeid med bærekraft. Imidlertid krever GRI standardene svært detaljert informasjon, og ingen av selskapene som undersøkes oppnår en måloppnåelse på høyere enn 57%. Videre viser undersøkelsen en moderat korrelasjon mellom GRI-score og grønnvasking-score, men dette resultatet er ikke nok til å forsterke resultat fra GRI analysen.

## **Abstract**

Businesses are under increasing pressure to become sustainable. Directive 2014/95/EU requires large companies in the EU to publish non-financial information, which is intended to increase transparency in the company's reporting. However, the quality of this reporting can be variable. The Global Reporting Initiative (GRI) has developed a framework that companies can use to meet this regulation. The purpose of this thesis is to examine the quality of these reports, using the GRI framework as a measure for quality.

By the help of a numerical grading system based on the topic-specific standards from GRI, we examine the sustainability reports of the 30 largest companies within the oil and gas-, ICT- and the clothing sector. This analysis is complemented by an examination of the use of existing methods for greenwashing the reports, also based on a numerical grading system.

The stakeholder theory and the theory of legitimacy are fundamental in understanding why the quality of companies' sustainability reporting varies. The companies are under increasing pressure from stakeholders to appear legitimate. This study shows that the quality between the sectors are different. The oil and gas industry have a higher quality and a higher degree of transparency on the topic-specific disclosure than the other two examined sectors. However, the GRI standards are highly specific, and none of the companies are meeting more than 57% of the requirements. Lastly, our findings suggest a moderate correlation between the use of greenwashing and the GRI disclosures.

## Innholdsfortegnelse

<b>1. Innledning</b>	<b>8</b>
1.1 Innledning	8
1.2 Problemstilling, forskningsspørsmål og avgrensninger	9
1.2.2 Avgrensninger	10
<b>2. Bærekraftsrapportering</b>	<b>11</b>
2.1 Bakgrunn for tema	11
2.1.1 Bærekraft og rapportering	11
2.1.2 Lovkrav til bærekraftsrapportering: EU-reglement - direktiv 2014/95/EU	12
2.1.3 Bærekraft i IKT -, olje og gass- og klessektoren	13
2.2 Grønnvasking	14
2.3 Begrepsavklaringer	16
2.4 Internasjonale rammeverk	17
2.4.1 Global Reporting Initiative (GRI)	17
2.4.2 FN Global Compact	20
2.4.3 International Standard Organization (ISO)	21
2.4.4 SASB	22
2.6.5 Carbon Disclosure Project	23
2.4.6 The GreenHouse Gas Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard	23

2.4.7 GRI som evalueringsverktøy	24
<b>3. Teoretisk tilnærming</b>	<b>25</b>
3.1 Stakeholder-teorien	25
3.2 Shareholder-teorien	26
3.3 CSR og CSI	27
3.4 Legitimitetsteorien	28
3.6 Bærekraftig virksomhet og verdiskapning i virksomheten	30
3.7 Virkemidler for grønnvasking	32
<b>4. Litteraturgjennomgang</b>	<b>34</b>
4.1 Bærekraftsrapportering	34
4.2 Kvalitet på bærekraftsrapportering	35
4.3 Grønnvasking og bærekraftsrapporter	37
<b>5. Metode</b>	<b>39</b>
5.1 Forskningsstrategi	39
5.2 Forskningsdesign	40
5.3 Utvalg	41
5.4 Datainnsamling	42
5.5 Definerings av poenggivning og kriterier	43
5.5.1 Definerings av poenggivning: GRI analyse	43
5.5.2 Definerings av kriterier ved analyse av grønnvasking	47
5.5.3 Definerings av poenggivning: Grønnvasking	48

5.6 Metodisk kvalitet	49
5.6.1 Reliabilitet	49
5.6.2 Replikering	50
5.6.3 Validitet	50
5.7 Etske vurderinger	51
<b>6. Resultater</b>	<b>52</b>
6.1 Analyseresultater GRI	52
6.2 Analyseresultater grønnvasking - Kvalitativ analyse	57
6.3 Analyseresultater grønnvasking - kvantitativ analyse	60
6.4 GRI og grønnvasking	64
<b>7 Drøfting</b>	<b>65</b>
7.1 Forskningsspørsmål 1	65
7.2 Forskningsspørsmål 2	69
7.3 GRI som evalueringsverktøy	72
7.4 Forskningsspørsmål 3	74
7.5 Forskningsspørsmål 4	77
<b>8. Konklusjon</b>	<b>79</b>
<b>9. Videre forskning</b>	<b>82</b>
<b>10. Referanseliste</b>	<b>83</b>
<b>11. Vedlegg</b>	<b>95</b>

## **Figuroversikt:**

Figur 1 - <i>GRI Standarden (oversikt over rammeverket)</i>	19
Figur 2 - <i>GRI 415-1 (utklipp av eksempel på indikator)</i>	44
Figur 3 - <i>GRI 306-3 (utklipp av eksempel på indikator)</i>	50

## **Tabelloversikt:**

Tabell 1 - <i>Selskapene i undersøkelsen</i>	42
Tabell 2 - <i>GRI analyse hovedresultater</i>	52
Tabell 3 - <i>GRI analyse varians</i>	57
Tabell 4 - <i>Grønnvasking hovedresultater</i>	60
Tabell 5 - <i>GRI og grønnvasking korrelasjon</i>	64

## **Diagramoversikt:**

Diagram 1 - <i>Resultatene til selskapene fordelt på sektor og emne-spesifikke krav</i>	53
Diagram 2 - <i>Resultater selskaper olje- og gass-sektoren</i>	54
Diagram 3 - <i>Resultater selskaper IKT-sektoren</i>	55
Diagram 4 - <i>Resultater selskaper klessektoren</i>	55
Diagram 5 - <i>Resultater grønnvasking selskapsnivå</i>	61
Diagram 6 - <i>Bruk av virkemidler for grønnvasking</i>	62
Diagram 7 - <i>Selskapenes bruk av virkemidlene fordelt på sektor</i>	63
Diagram 8 - <i>GRI og grønnvasking sammenstilt</i>	64
Diagram 9 - <i>Resultat GRI indikator 305-1 til 305-7</i>	67
Diagram 10 - <i>Selskapenes bruk av virkemidlene fordelt på sektor</i>	75
Diagram 11 - <i>Bruk av visuelle virkemidler sektornivå</i>	78

## **Vedlegg**

Vedlegg 1 - <i>Dokumentanalyse olje og gass-sektoren</i>	95
Vedlegg 2 - <i>Dokumentanalyse IKT-sektoren</i>	97
Vedlegg 3 - <i>Dokumentanalyse klessektoren</i>	99



# 1. Innledning

## 1.1 Innledning

Det har lenge vært en oppfatning om at bedriftens hovedansvar er å tjene penger og å følge loven. Den rådende oppfatning blant mange var at “the business of business is business”, som Milton Friedman som så kjent sa i 1970 (Friedman, 1970). Denne tilnærmingen har lenge blitt sett på som det beste for samfunnet, så lenge det blir gjort innenfor lovens rammer. De seneste årene har det derimot blitt mer og mer klart at det ikke vil være mulig å snu de negative miljøpåvirkningene uten bedriftenes hjelp, og det har vist seg å være en tung prosess å snu samfunnet mot en mer bærekraftig utvikling. Noe av grunnen til dette er blant annet et sterkt fokus på økonomisk vekst. En større visshet om at jordens ressurser er begrenset har åpenbart seg som en konflikt mot dette fokuset. Uendelig økonomisk vekst vil antageligvis ikke være mulig (Sjåfjell, 2018). Bærekraftsrapportering er derfor et ledd i å øke bevisstheten rundt bedriftens samfunnsansvar, deres rolle i klimautfordringen, og deres rolle i løsningen av klimautfordringene. Frem til tidlig på 90-tallet var bærekraftsrapportering et relativt ukjent fenomen. Det var kun noen få store selskaper som frivillig valgte å offentliggjøre informasjon om deres miljøprestasjoner (Perez & Sanchez, 2009). Økende bevissthet for bærekraft, kombinert med økte krav og reguleringer fra myndigheter, har ført til en stor økning i antall selskaper som rapporterer på bærekraft. I 2020 viste en undersøkelse gjort av KPMG at 80% av de 100 største selskapene i 52 land rapportere på bærekraft (Bartels *et al.*, 2020)

I 2000 publiserte Global Reporting Initiative det første internasjonale rammeverket for bærekraftsrapportering (*Our mission and history*, u.å), og i 2020 finnes det en rekke ulike standarder og retningslinjer som selskaper kan benytte til veiledning i arbeidet med bærekraft. GRI-rammeverket det dog det mest brukte (Bartels *et al.*, 2020).

Fra og med regnskapsåret 2017 har store foretak i EU/EØS landene vært lovpålagt å rapportere på miljømessige og sosiale forhold. Det opp til hvert enkelt selskap å bestemme om de ønsker å følge et rammeverk eller ikke. Det viktigste er at de redegjør for rapporteringskravene i direktiv 2014/95/EU. Bærekraftsrapportering gjør at bedriftene kan rette fokus mot faktorer relatert til miljø, sosiale forhold og virksomhetsstyring. Bedrifter

som greier å skille seg ut fra konkurrerende bedrifter ved å vise at deres produkter og tjenester er mer bærekraftig kan oppnå konkurransefortrinn. Problemet er at ikke alle bedrifter greier å dokumentere sine ord med handling. De markedsfører seg som grønne gjennom å beskrive en rekke miljøtiltak, men de greier ikke å dokumentere effekten av tiltakene. Dette er en form for grønnvasking (Aji & Sutikno, 2015).

Mange bransjer har i flere år blitt beskyldt for å grønnvaske og blant disse finner vi olje og gass- og klessektoren (*Actions VS. Words: A Look at Fossil Fuel Greewashing*, 2020; Carrington, 2021; Eisenfeld, 2020; Epp, 2021; Mehar, 2021). Ikke minst er dette også sektorer som er blitt satt under lupen når det kommer til utslipp, forurensing og arbeidsmiljø. (Allwood *et al.*, 2006; Claudio, 2007). I den senere tid er det blitt satt større fokus på at heller ikke IKT-sektoren er utslippsfri, og ved en økende bruk av strømmetjenester og andre tjenester over nett akkumuleres utslippene raskt (Griffiths, 2020; Reuters, 2021).

## **1.2 Problemstilling, forskningsspørsmål og avgrensninger**

### **1.2.1 Problemstilling og forskningsspørsmål**

Formen på bærekraftsrapportering er i stor grad frivillig, med unntak fra krav i lov. Det er opp til hvert enkelt selskap å avgjøre om de vil bruke rammeverk og standarder som veiledning i utarbeidelsen av rapporteringen. Rammeverk og standarder skal imidlertid hjelpe selskaper til å tydeliggjøre deres arbeid. Formålet er å fremme transparent og kvalitetsmessig høy rapportering. Hensikten med denne undersøkelsen er å måle kvaliteten til selskapers bærekraftsrapportering gjennom bruk av et eksisterende rammeverk. I tillegg ønsker vi å se om selskapers bruk av grønnvasking i rapportene er korrelert med kvaliteten. Problemstillingen vår er som følger:

*“Hvor god er kvaliteten på bærekraftsrapportering på selskaper i tre utslippstunge sektorer?”*

Som vi vil komme nærmere inn på under begrepsforklaringer er det ifølge FN tre områder det må fokuseres på for å skape en bærekraftig utvikling: klima og miljø, økonomi og sosiale forhold (*Bærekraftig utvikling*, 2019). Rammeverket vi benytter for å kvalitetsvurdere bærekraftsrapportene fremmer åpenhet innenfor alle disse områdene, men vi vil i denne undersøkelsen hovedsakelig fokusere på miljø og klima og sosiale forhold. For å besvare problemstillingen på en oversiktlig måte har vi utarbeidet fire forskningsspørsmål:

1. Er det stor forskjell i rapporteringsgraden til sektorene i den miljømessige dimensjonen?
2. Har de sektorene som har mottatt sterk kritikk for sosiale forhold en høyere rapporteringsgrad i den sosiale dimensjonen?
3. Hvilke grønnvaskingsvirkemidler blir brukt, og finner vi forskjeller i bruken mellom Olje og gass-, IKT- og klessektoren?
4. Er selskapets rapporteringsgrad korrelert med selskapets bruk av virkemidler for grønnvasking?

### **1.2.2 Avgrensninger**

Denne oppgaven avgrenses til å omhandle tre sektorer vi anser som interessante å undersøke, da hver enkelt analyse er tidkrevende. Videre har vi avgrenset analysen til å omfatte hovedsakelig selskapenes bærekraftsrapport og årsrapport med mindre det foreligger en spesifikk henvisning til andre kilder. Oppgaven omfatter store europeiske selskaper, da vi ønsker å ta utgangspunkt i gjeldende lovverk for å sikre at hele utvalget hadde analysegrunnlag. Ved å se på de største selskapene innenfor hver sektor sikrer vi at selskapene er omfattet av direktiv 2014/95/EU, som per 2020 var gjeldende for rundt 11 700 store foretak (*Corporate sustainability reporting*, u.å).

## 2. Bærekraftsrapportering

I dette kapitlet vil vi redegjøre for bakgrunnen for valgt tema, samt begreper og rammeverk for bærekraftsrapportering. Til slutt vil vi drøfte hvilket rammeverk vi ønsker å benytte i vår undersøkelse.

### 2.1 Bakgrunn for tema

#### 2.1.1 Bærekraft og rapportering

I en innstilling fra den norske Utenrikskomiteen, i forbindelse med lov om rapportering av samfunnsansvar, påpeker komiteen at formålet ikke er kun økt rapportering for bedriftene, men at det skal sees på som et ledd i arbeidet mot en integrasjon av bærekraft i den daglige driften til bedriften (Utenrikskomiteen, 2008-2009). Noe av formålet med loven er dermed å styre foretakene mot en mer bærekraftig drift, samt økt refleksjon over hva slags avtrykk bedriften etterlater seg. For å forbedre foretakenes åpenhet krevde også EU i 2014 at medlemslandene implementere direktiv 2014/95/EU. Direktivet pålegger store foretak å rapportere på sosiale- og miljømessige krav. Hensikten er å øke investorenes og forbrukernes tillit (*Europaparlaments - og rådsdirektiv 2014/95/EU*, 2018). De siste årene har det vært en stor økning i investorer som ønsker informasjon om bedriftens samfunnsansvar og deres påvirkning på miljøet. Dette kommer av at det er blitt en større mistillit til at de frie markedskreftene kan løse miljøutfordringene, spesielt etter den globale finanskrisen. En regulert rapportering kan være med på å styrke denne troverdigheten. Videre spiller investorer en viktig rolle i kampen mot klimaendringene. Investering i grønn teknologi, eller opprettelsen av nye selskaper som produserer innovative løsninger kan være avhengig av at investorer har tro på selskapet og vil investere penger. For å sikre en bærekraftig fremtid kreves det imidlertid at investorene greier å skille mellom selskaper som bidrar aktivt til en bærekraftig økonomi og selskaper som kun fremstiller seg som grønne.

Ved en økt bevissthet om et ensidig økonomisk fokus, har enkelte forskere også forsøkt å se bedriftens lønnsomhet i lys av annet enn finansiell profitt. Ronald Cohen and George Serafeim har analysert lønnsomheten til ulike flyselskaper, og fant ut at om for eksempel

Lufthansa hadde kalkulert med miljøkostnader ville de ha vært ulønnsomme. Til nå har det vært vanskelig å måle og rapportere disse kostnadene, og det er ikke en del av selskapenes årsrapportering (Cohen & Serafeim, 2020). Også i lys av lanseringen av FN's bærekraftsmål er det blitt nødvendig for selskapene å kunne måle og stå ansvarlig for den påvirkningen de har på kloden. Dette har ført til at bærekraftsrapportering er blitt tatt i bruk som et virkemiddel i dette arbeidet mot ansvarliggjøring av bedrifter.

En undersøkelse fra 2011 som så på hvordan påbudt bærekraftsrapportering påvirket, viste at selskapene berørt av nye rapporteringsbestemmelser rapporterte mer enn pålagt, samt at det fikk en positiv økonomisk effekt på selskapene på tross av økte kostnader forbundet med rapporteringen (Ioannou & Serafeim, 2017). I tillegg til dette har en studie også vist en positiv sammenheng mellom kvaliteten på rapporteringen og omdømme til bedriften (Baraibar-Diez & Odriozola, 2017).

### **2.1.2 Lovkrav til bærekraftsrapportering: EU-reglement - direktiv 2014/95/EU**

For å skape en bærekraftig verdensøkonomi er offentliggjøring av ikke-finansielle opplysninger helt grunnleggende. For å sikre en langsiktig lønnsomhet kombinert med sosial rettferdighet og miljøvern, ble Europakommisjonen i 2013 oppfordret til å fremlegge et forslag til et regelverk som sikrer at selskaper blir mer åpne om arbeidet med bærekraft (*Corporate sustainability reporting*, 2020). Oppfordringen førte til at EU i oktober 2014 vedtok direktiv 2014/95/EU. Direktivet pålegger store foretak som er av allmenn interesse, og som i løpet av regnskapsåret har hatt et gjennomsnittlig antall ansatte på mer enn 500, til å rapportere om virksomhetens arbeid med samfunnsansvar (Europaparlaments - og rådsdirektiv 2014/95/EU, 2018). Denne informasjonsplikten pålegger virksomheter å redegjøre for forhold knyttet til miljø, sosiale forhold, personalforhold, menneskerettigheter og korrupsjon. Virksomheten kan selv velge hvordan de vil offentliggjøre denne informasjonen på grunnlag av nasjonale rammeverk, EU baserte rammeverk, eller internasjonale rammeverk. Det viktigste er at de fyller kravene som fremkommer i direktivet (Europaparlaments - og rådsdirektiv 2014/95/EU, 2018). I utgangspunktet gjelder direktivet for EUs medlemsland, men selskaper i land utenfor EU kan bli pålagt å rapportere den samme informasjonen. Direktivet kan derfor være gjeldende for selskaper som er en del av EUs forsyningskjede eller hvis de selger produkter eller tjenester i EUs medlemsland. (New

*non-financial reporting guidelines for large companies*, 2016). For eksempel ble direktivet også innlemmet i EØS-avtalen i 2016 (*Innst. 303 L*, 2020–2021).

### **2.1.3 Bærekraft i IKT -, olje og gass- og klessektoren**

I møte med krav om reduserte utslipp blir ofte digitalisering presentert som en mulig løsning (Leikvang, 2016). Digitalisering, data og IKT er blitt presentert som den “nye oljen” (Heggernes, 2019), (Leikvang, 2016), (Løken, 2020), (Schreurs & Syversen, 2020), men paradoksalt nok snakkes det her kun om muligheter for økte inntekter til Norge. Utslipp fra olje eller digitalisering nevnes ikke i denne argumentasjonen. Med digitalisering følger også ofte produksjon av ny teknologi ved bruk av energi og naturressurser, gjerne i utviklingsland med dårlige arbeidsforhold (Ørstavik, 2020). Samtidig som IKT-sektoren kan være avgjørende for å redusere utslipp fra fossilt brennstoff, er dette også en sektor hvor utslippene øker. En studie gjennomført av The Shift Project viser at drivhusgasser fra digitale teknologier står for 3,7% av verdens utslipp (2019), og at dette er en økende trend. Sektoren hadde økte utslipp på 450 millioner tonn CO<sub>2</sub> siden 2013, samtidig som de totale utslippene i verden har hatt en nedgang på 250 millioner tonn CO<sub>2</sub> i samme periode. De kunne dermed ikke konkludere med at nettoeffekten av digitalisering er med på å senke de totale utslippene, men de kunne konkludere med at de totale utslippene fra sektoren øker (*Lean ICT - Towards Digital Sobriety*, 2019).

Oljenæringen er likevel uten tvil en bransje som bidrar til klimautfordringene i verden, og de har fått kritikk for å prøve å grønnvaske bransjen (Monbiot, 2019). Siden 90-tallet har de sakte, men sikkert begynt å anerkjenne dette ansvaret (Tomlinson, 2017). Flere studier viser at de mest utslippstunge industriene er de som har kommet lengst når det kommer til bærekraftsrapportering (Marquis *et al.*, 2016; Dilling, 2010; Brammer & Pavelin, 2008).

Også klesbransjen har vært i søkelyset de seneste årene. De har lenge høstet kritikk for dårlige arbeidsforhold, lave lønninger og utstrakt bruk av leverandører i lavkostland. I den senere tid er det også blitt et større fokus på de miljømessige utfordringene sektoren kommer med i form av energibruk, vannforbruk, mengden avfall og bruk av kjemikalier i produksjonen. I takt med økende salg og fast-fashion er også komposisjonen av klærne

endret. Mens bruk av bomull har stått nærmest stille siden 1990, har økningen kommet hovedsaklig fra menneskeskapt fibre (Allwood *et al.*, 2006). Mens bomull har et utslipp på 5,9 kg per tonn spunnet fiber, har polyester f.eks et utslipp på 9,52 kg per tonn (Bhattacharyya *et al.*, 2015). En studie fra 2013 fant at produksjon av tekstiler, i likhet med aluminium, er den mest drivhusgassintensive produksjonen per enhet materiale, (Kissinger *et al.*, 2013) og totalt regnes tekstilindustrien som den femte største bidragsyter til drivhusgasser (Bhattacharyya *et al.*, 2015). Ifølge Ellen MacArthur Foundation (2017) bruker også klesindustrien 93 milliarder kubikk med vann årlig (MacArthur, 2017). Dyrking og produksjon av fiber utgjør den største andelen av vannforbruket (*Written evidence submitted by the Waste and Resources Action Programme (WRAP)*, 2018). Det anslås også at klesindustrien står for 20% av verdens avløpsvann (MacArthur, 2017). I tillegg til dette er også klesbransjen i økende grad blitt beskyldt for å drive med grønnvasking (Kielland, 2021; Ebne, 2020; Amundsen, 2019).

## 2.2 Grønnvasking

Økt bevissthet om samfunnsansvar legger press på selskaper til å bli bærekraftige. Samfunnets forventninger og krav gjør at selskaper er nødt til å implementere nye praksiser og prosedyrer for å øke sin legitimitet (Meyer & Rowan, 1977). Det finnes i dag mange selskaper som tar samfunnsansvaret sitt på alvor, men det finnes også mange selskaper som ikke følger opp ord med handling. Implementering av nye prosedyrer gjøres i dag av mange selskaper uten at de har noen betydning for daglig drift (Meyer & Rowan, 1977).

Økende mediedekning og økt bevissthet om klimaendringene er to av faktorene som har påvirket forbrukere til å bli mer miljøbevisste (Roberts, 1996; Smith & Brower, 2012). Samtidig som forbrukerens bevissthet øker, ser man en økende trend i bruken av grønn markedsføring (Abbas *et al.*, 2020; Karagouni *et al.*, 2010). Grønn markedsføring er strategier som brukes til å fremheve de miljøvennlige fordelene ved produkter og tjenester (Ward, 2020). For ikke å risikere tap av legitimitet eller omdømme forsøker flere selskaper å vise sitt bidrag til en bærekraftig utvikling gjennom å fremme deres positive miljøprestasjoner og miljøtiltak. Ved å kun fokusere på de positive sidene kan grønn markedsføring i verste fall være med på å villedde selskapets interessenter. I litteraturen

beskrives misvisende og villedende praksiser av grønn markedsføring som grønnvasking (Aji & Sutikno, 2015).

Det finnes en rekke definisjoner på grønnvasking. Lyon og Maxwell (2011) definerer grønnvasking som “The selective disclosure of positive information about a company’s environmental or social performance, without full disclosure of negative information of these dimensions, so as to create an overly positive corporate image.” (Lyon & Maxwell, 2011, s. 5). Andre beskriver grønnvasking som en form for dekobling. Walker og Wan (2012) beskriver grønnvasking som avstanden mellom det selskapene sier at de gjør, og det de faktisk velger å etterleve (Walker & Wan, 2012). Grønnvasking kan anses som en form for misledende markedsføring hvor selskaper gir et feilaktig inntrykk av deres miljøpåvirkning. Samtidig som grønnvasking kan villette interessenter, blir det også vanskeligere å skille seg ut for selskaper som faktisk tar samfunnsansvaret sitt på alvor. På lengre sikt vil dette kunne bidra negativt i omstillingen til en grønn økonomi (*Additional tools Initiative on substantiating green claims*, u.å).

Grønnvasking er et gjennomgående problem i flere bransjer. Olje og gass selskaper blir ofte brukt som eksempler på selskaper som grønnvasker. De formulerer klimastrategier hvor ambisjonene deres er å redusere utslippene fra sin produksjon. 95 % av utslippene oppstår når olje og gass brennes senere i verdikjeden, og ikke fra selve produksjonen. I en undersøkelse av selskapenes strategier konkludere Carbon Tracker med at strategiene er utformet på en måte som gjør at selskapene kan fraskrive seg ansvaret for hele eller deler av de utslippene som utgjør mest av deres samlede karbonavtrykk (*Absolute Impact: Why oil majors’ climate ambitions fall short of Paris limits*, 2020). I andre sektorer, deriblant i klessektoren har man sett bruk av grønne påstander som kan villette forbrukeren. I flere tilfeller foreligger det ikke nok informasjon til å vurdere hvorvidt miljøpåstanden er sann eller ikke (Screening of websites for ‘greenwashing’: half of green claims lack evidence, 2021).

Ekspertene er uenig i om grønnvasking er et resultat av manglende integrasjon av tiltak, virkemiddel som økt legitimitet, eller vage rammeverk. Det de imidlertid er enig i, er at manglende obligatoriske krav knyttet til bærekraftsrapportering gjør det lettere for selskaper å grønnvaske (Gaetano, 2019). Faren med dette kan være at kapital investeres i



selskaper som kun fremstår som grønne. I 2020 ble EUs taksonomi for bærekraftig økonomisk aktivitet vedtatt, som skal skape en felles forståelse for hvilke aktiviteter og investeringer som er bærekraftige. Målet er å kanalisere mer kapital inn i faktisk grønne investeringer. Taksonomien stiller strengere krav til rapportering av aktiviteter som er bærekraftige, og dette skal være med på å forebygge grønnvasking (*EU Taxonomy: Defining a green and sustainable future*, 2020).

### 2.3 Begrepsavklaringer

Begrepet *bærekraftig utvikling* ble for første gang introdusert i rapporten “*Vår felles fremtid*” av Brundtlandkommisjonen i 1987. Kommisjonen omtaler det som en utvikling hvor dagens behov blir møtt, uten at det går på bekostning av de kommende generasjoners muligheter til å dekke sine behov (Brundtland, 1987). I definisjonen vektlegges behovet for at de fattigste får elementære rettigheter og muligheter for et bedre liv, samtidig som man anerkjenner at kloden har en begrenset mengde ressurser (*Bærekraftig utvikling*, 2019).

For å nå målet om en bærekraftig utvikling er det stadig flere virksomheter som utarbeider rapporter med informasjon om deres arbeid med bærekraft. Bærekraftsrapportering er prosessen med å samle inn og offentliggjøre informasjon som sier noe om hvordan selskapet vurderer egen atferd knyttet til bærekraft. Rapportene skal kommunisere både negative og positive aspekter hos virksomheten. Dette skal blant annet hjelpe virksomhetene til å ta bedre strategiske beslutninger basert på muligheter og risikoer, samt å styrke deres interessentrelasjoner (GRI, u.å-b). For å sikre en bærekraftig utvikling er det ifølge FN tre relevante dimensjoner rapporteringen bør fokusere på: klima og miljø, økonomi og sosiale forhold (*Bærekraftig utvikling*, 2019). Disse utgjør den tredelte bunnlinjen (Elkington, 1997). PPP, people, planet and profit, er også et begrep som bygger videre på idèen om å inkludere mer enn de finansielle tallene i regnskapet (Elkington, 1997b). ESG er et annet begrep som ofte benyttes i forbindelse med bærekraft. Det står for “Environmental, Social and Governance”, som på norsk kan oversettes til miljø, sosiale forhold og eierstyring (Strand, 2019). ESG-informasjon brukes til å vurdere hvor godt virksomheter gjør det i henhold til samfunnsansvar. Informasjonen vil blant annet gi investorer et mer helhetlig bilde av virksomheten (*Retningslinjer for ESG-rapportering*, 2021).

Tett knyttet opp mot bærekraft finner man FNs bærekraftsmål som er en global felles plan for å nå mål om fattigdom, ulikheter og klimaendringer innen 2030 (*FNs bærekraftsmål*, 2021). I rapport fra FN om fremgangen mot målene understrekes det hvor viktig det er at også selskaper innretter og tilpasser driften mot å nå bærekraftsmålene. De legger spesielt vekt på bedrifters rolle i innovasjon og karbonreduksjon, og understreker viktigheten av bærekraftsrapportering med KPI'er som kan måle fremgangen (Espey *et al.*, 2015). For denne oppgaven finner vi begrepet "bærekraft" og "bærekraftsrapportering" som det mest hensiktsmessige å bruke, og vi vil derfor bruke dette videre i oppgaven.

## **2.4 Internasjonale rammeverk**

Formen på selskapers bærekraftsrapportering er i stor grad frivillig, men det foreligger i 2020 cirka 230 standarder og retningslinjer som selskaper kan benytte til å utarbeide sin bærekraftsrapportering. Rapporteringsverktøyene skal gjøre det enklere for selskaper å jobbe målrettet med samfunnsansvar. Samtidig som de også har til hensikt å gjøre det lettere å etterleve rapporteringskrav fra nasjonale og internasjonale myndigheter (Hattestad, 2020).

I dette kapittelet vil vi redegjøre for et utvalg av andre standarder som analyseobjektene henviser til.

### **2.4.1 Global Reporting Initiative (GRI)**

Global Reporting Initiative (GRI) er en frivillig organisasjon som har utarbeidet den ledende internasjonale standarden for bærekraftsrapportering. Standarden kan brukes av alle selskaper, uansett størrelse, bransje og lokalisering. Arbeidet med GRI startet i 1997 (*Our mission and history*, u.å). Den første versjonen av retningslinjene ble publisert i 2000, og disse ble fornyet tre ganger før de tidligere G-retningslinjene ble erstattet av GRI Standards i 2016 (PwC, 2017). Gjennom en rekke indikatorer identifiserer GRI-standardens områder innen økonomi, miljø og sosiale forhold som de mener at selskaper bør kommunisere åpent om

for å bidra til en bærekraftig utvikling, og for å kunne gi tilstrekkelig informasjon til interessenter (GRI, u.å).

Standarden er utarbeidet i samarbeid med selskaper og deres interessenter, og de er forankret i samfunnets interesse (Rust & Iversen, 2018). Rammeverket har til hensikt å gjøre det lettere for interessenter å sammenligne resultatene på tvers av selskaper og fra år til år. Indikatorene rapporteres på frivillig basis, og selskapene bestemmer selv vesentligheten av indikatorene. Det er derfor et fleksibelt rammeverk, og selskapene kan selv velge til hvilken grad de ønsker å benytte seg av det (Brun & Thornam, 2011). Uansett grad må det foreligge en GRI indeks dersom man ønsker å bruke standardene (GRI, 2020a). GRI indeksen forteller leseren hvilke indikatorer selskapene rapportere på og hvor i rapporten de finner den aktuelle informasjon.

Rapportering etter GRI skjer etter to nivåer; "Core" eller "Comprehensive". Hvilket nivå man velger å rapportere etter avhenger av antall standarder man anser som nødvendig å benytte seg av. Mens "Core" innebærer kun minimumsinformasjon, kreves det ved "Comprehensive" at selskapet tar i bruk mer spesifikke standarder som gir mer informasjon knyttet til virksomhetsstyring, strategi og etikk og integritet (GRI, 2020b). I tillegg til valget om å rapportere etter "core" og "comprehensive", er det utarbeidet universelle standarder og emne-spesifikke standarder. De universelle standardene skal hjelpe bedriften med å forstå hva GRI er og hvordan man skal rapportere på generelt grunnlag. GRI 101 gir innsikt i hva GRI rapportering er og legger til grunn de generelle rapporteringsbetingelsene (GRI, 2020b). Dette er prinsipper som skal følge rapporteringen på de spesifikke temaene som skal sikre kvaliteten på rapportene. Disse inkluderer (1) nøyaktighet, (2) balanse, (3) klarhet, (4) sammenlignbarhet, (5) pålitelighet og (6) aktualitet. Videre definerer GRI 101 prinsipper om innhold som inkluderer (1) interessentinkludering, (2) kontekst, (3) vesentlighet, og (4) fullstendighet. GRI 102 skal hjelpe bedriften å forstå sin kontekst blant interessentene, og GRI 103 omhandler hvordan rapporteringen skal utarbeides (GRI, 2020c). GRI 200, GRI 300 og GRI 400 betegnes som emnespesifikke standarder, hvor en vesentlighetsvurdering bestemmer hva som er relevant for det enkelte selskap. Disse går i dybden på temaene økonomi, miljø og sosiale forhold (GRI, 2020a).



Figur 1 (GRI, 2020a)

En global KPMG-undersøkelse gjennomført i 2020 viser at GRI er det mest brukte rammeverket. I de 100 største selskapene i 52 land er det 67% av selskapene som bruker GRI-rammeverket, og 95% av disse har valgt å bruke GRI Standards fremfor de eldre retningslinjene. I de 250 største globale selskapene brukes rammeverket av 73% av selskapene (Bartels *et al.*, 2020). Deloitte konkluderer i en undersøkelse av norske bærekraftsrapporter at GRI-rammeverket er med på å heve rapporteringskvaliteten. Samtidig konkluderer de med at bruk av GRI og andre rapporteringsverktøy ikke korrelerer med størrelsen på selskapet. De mener dette indikerer at det er bruken av selve rammeverket som påvirker kvaliteten (Andersen *et al.*, 2020).

GRI-rammeverket er regnet som det mest omfattende rammeverket, og flere studier viser at brukere av GRI-rammeverket scorer overordnet bedre enn brukere av andre rammeverk på kvalitetskriterier (Siew, 2015), men det høster også kritikk på enkelte punkter. Det har først og fremst fått kritikk for at de emnespesifikke temaene, blant annet utslipp, er frivillige å rapportere på, og at selskapene selv skal vurdere hva som er relevant (Daub, 2005). Videre påpeker en rapport fra 2005 at GRI ikke tilbyr en definisjon av begrepet “sustainability” og overlater dette til den rapporterende organisasjon til å tilby deres oppfattelse av begrepet, eller la det stå åpent. Dette kan føre til at indikatorer og KPI`er mangler et klart mål. Videre blir GRI kritisert for å ikke tilby nok veiledning om hvordan selskapene skal rapportere oppstrøms og nedstrøms påvirkninger i verdikjeden. Sist påpekes det at indikatorer kun skal rapporteres i absolutte mål, for eksempel kilogram, men at de ikke må sammenlignes med den totale mengden av råmateriale tilgjengelig, eller totale mengden utslipp i verden

(Chester & Woofter, 2005). En annen forsker peker også en skjev fordeling mellom miljø, økonomiske og sosiale forhold, og mener at sosiale forhold får for stor plass i forhold til miljø (Moneva *et al.*, 2006).

#### **2.4.2 FN Global Compact**

Global Compact er et FN-initiativ for bærekraftig næringsliv. Ideen bak initiativet var å skape et globalt nettverk av ansvarlige og bærekraftige selskaper som i fellesskap arbeider for en bærekraftig utvikling. Som medlem av UN Global Compact forplikter man seg til å drive virksomheten i tråd med ti universelt aksepterte prinsipper innenfor menneskerettigheter, arbeidsstandard, miljø og antikorrupsjon (UN Global Compact Norway, u.å.). UN Global Compact har to hovedmålsettinger. Den første er at de ti prinsippene skal bli en del av forretningsvirksomheten til selskaper over hele verden, mens det andre er å fremme aktiviteter og partnerskap som bidrar til å nå målet om en bærekraftig utvikling (*FNs Global Compact*, u.å)

##### **Global Compacts ti prinsipper:**

###### *Menneskerettigheter*

Prinsipp 1: Foretak skal støtte og respektere vern om internasjonalt anerkjente menneskerettigheter, og

Prinsipp 2: påse at de ikke medvirker til brudd på menneskerettighetene.

###### *Arbeidsliv*

Prinsipp 3: Foretak skal holde organisasjonsfriheten i hevd og sikre at retten til å føre kollektive forhandlinger anerkjennes i praksis,

Prinsipp 4: sikre at alle former for tvangsarbeid avskaffes,

Prinsipp 5: sikre at barnarbeid reelt avskaffes, og

Prinsipp 6: sikre at diskriminering i arbeidslivet avskaffes.

###### *Miljø*

Prinsipp 7: Foretak skal støtte en føre-var-tilnærming til miljøutfordringer,

Prinsipp 8: ta initiativ til fremme av økt miljøansvar, og

Prinsipp 9: oppmuntre til utvikling og spredning av miljøvennlig teknologi.

###### *Bekjempelse av korrupsjon*

Prinsipp 10: Foretak skal bekjempe enhver form for korrupsjon, herunder utpressing og bestikkelser.

(*FNs Global Compact*, u.å).

Det er frivillig å bli medlem av Global Compact. Per 2021 har over 13 000 selskaper og organisasjoner i 160 land meldt seg inn (*UN Global Compact homepage*, u.å). I tillegg til å integrere de ti prinsippene i sin virksomhet forplikter medlemmene seg til å utarbeide en årlig rapport om deres progresjon innen arbeidet. Det gjennomføres ingen verifisering av om de ti prinsippene følges av medlemmene, men hvis de ikke greier å kommunisere sin progresjon vil dette være synlig på hjemmesiden til Global Compact (*Frequently Asked Questions*, u.å). I 2010 inngikk Global Compact en allianse med GRI. De ble enige om at GRI skulle integrere de ti prinsippene i sin neste versjon av retningslinjer for bærekraftsrapportering, mens Global Compact skulle anbefale deres medlemmer å bruke GRI-rammeverket når de utarbeidet den årlige progresjonsrapporten (*GRI and UN Global Compact Forge New Alliance*, 2010). Senest i 2016 fornyet de samarbeidet (*UN Global Compact and GRI Strengthen Collaboration for the New SDG Era*, 2016)

### **2.4.3 International Standard Organization (ISO)**

International Standard Organization (ISO) er en internasjonal standardiseringsorganisasjon som består av 165 nasjonale medlemmer. Siden 1947 har de utviklet mer enn 21 500 internasjonale standarder relatert til de fleste bransjer. For denne oppgaven vil ISO 14000 og ISO 26000 være mest relevant å nevne.

ISO 14000 er en serie standarder som handler om miljøledelse. Formålet med standardene er å hjelpe virksomheter med å minimere deres negative påvirkning på det ytre miljøet. Den mest brukte standarden i serien er ISO 14001. Den spesifiserer krav til miljøstyringssystemer som virksomheter kan bruke til å forbedre eller opprettholde sin miljøprofil. Økt miljøpåvirkning har gjort at standarden har blitt revidert flere ganger, senest i 2015. Den siste utgaven har et større fokus på bærekraftig utvikling. Standarden er utformet slik at enhver organisasjon kan implementere den. De som ønsker det kan benytte en uavhengig tredjepart til å bli sertifisert etter standarden, men standarden kan også benyttes som et styringsverktøy uten sertifisering (Standard Norge, u.å-a). Per 2019 var mer enn 310 000

virksomheter sertifisert etter ISO 14001 (*The ISO Survey of Management System Standard Certifications - 2019 - Explanatory Note, 2020*).

ISO 26000 er en standard som gir veiledning til bedrifter og organisasjoner om hvordan de kan implementere og utøve samfunnsansvarlig atferd. Formålet med veilederen er å skape en felles internasjonal forståelse for hva samfunnsansvarlighet betyr (Standard Norge, u.å- b). Standarden har identifisert syv kjerneområder for samfunnsansvar:

1. Organisasjonsstyring
2. Menneskerettigheter
3. Arbeidsforhold
4. Miljø
5. Rettferdig virksomhet
6. Forbrukerspørsmål
7. Lokalsamfunnsengasjement og -utvikling

(*Kjerneområder i ISO 26000, 2014*)

Standarden skiller seg fra andre standarder ved at den inneholder retningslinjer og ikke fastsatte krav, så den er ikke ment brukt som grunnlag for sertifisering (*ISO 26000 Social Responsibility, u.å*). En rekke ulike interessenter har vært med i arbeidet for å utvikle ISO 26000. Blant de 42 internasjonale organisasjonene som var med i arbeidet finner man representanter fra WHO, UN Global Compact, GRI og OECD.

#### **2.4.4 SASB**

Sustainability Accounting Standards Board (SASB) er et hjelpemiddel for bedrifter som ønsker å rapportere bærekraftsforhold av finansiell natur rettet mot investorer. I motsetning til GRI har SASB sektor og bransjetilpassede rammeverk, fordelt på 11 sektorer og 77 bransjer (SASB, 2011a). Rammeverket består av 26 identifiserte bærekraftspunkter fordelt på kategoriene miljø, sosial kapital, menneskelig kapital, forretningsmodell, innovasjon og styring. Rammeverket tilbyr videre en link mellom bærekraftspunkter og 13 finansielle drivere. Mens GRI-rammeverket skal gi informasjon til en bred gruppe

interessenter om bedriftens påvirkning på verden, er SASB rettet spesielt mot investorer, og hvordan bærekraftsrelaterte spørsmål påvirker den finansielle ytelsen til bedriften. GRI og SASB kan benyttes sammen, og er ment å være komplementerende og ikke konkurrerende (Busco *et al.*, 2020). Både GRI og SASB bygger på det grunnleggende prinsippet om “transparency”/gjennomsiktighet for økt tillit mellom selskaper og interessenter (Guillot, u.å) SASB rammeverket består av (1) “Disclosure topics” som er de temaene som skal gi den mest vesentlige informasjonen om den spesifikke bransjen, (2) “Accounting metrics” skal verdsette ytelsen på hvert av temaene, (3) «Technical protocols” gir veiledning om omfang, implementering og presentasjon. Sist består rammeverket av (4) “Activity metrics” som fastslår hvilken måleenhet som skal brukes (SASB, 2011b).

### **2.6.5 Carbon Disclosure Project**

Carbon Disclosure Project er hovedsakelig fokusert rundt miljø og utslipp, men også CDP har hovedverdier som omhandler gjennomsiktighet og ansvarlighet (CDP, 2012). CDP er ikke et direkte rammeverk, men en plattform hvor byer, selskaper og land kan sammenligne og måle utslipp, samt utveksle strategier seg imellom. Et selskap som velger å rapportere tall via CDP har ikke mulighet til å utelate utvalgte tall. Tall som ikke rapporteres vil stå åpent, og det vil være tydelig at et selskap har latt være å rapportere på punktet (Luo *et al.*, 2012). Selskapene kan score mellom 0 og 100 poeng, og rangeres deretter “low”, “mid-range” og “high” (Siew, 2015). Tallene leveres via et spørreskjema og skiller seg i den forstand ut fra de andre rammeverkene som fungerer mer som et hjelpemiddel (Luo *et al.*, 2012).

### **2.4.6 The GreenHouse Gas Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard**

The GreenHouse Gas Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard er et internasjonalt rammeverk som benyttes av selskaper og organisasjoner til beregning og rapportering av klimagassutslipp. Standarden tar for seg de seks drivhusgassene som er omfattet av Kyotoprotokollen: karbondioksid (CO<sub>2</sub>), metan (CH<sub>4</sub>), nitrogenoksid (N<sub>2</sub>O), hydrofluorkarboner (HFC), perfluorkarboner (PFCs), svovelheksafluorid (SF<sub>6</sub>) og nitrogentrifluorid (NF<sub>3</sub>). Gjennom bruken av standardiserte metoder og prinsipper skal protokollen bidra til at virksomheter kan utarbeide klimaregnskap som gir et riktig bilde av



deres utslipp. I tillegg til at bruken av protokollen vil være med på å redusere kostnadene knyttet til utarbeidelsen av klimaregnskapet, vil den sikre at beregningene er sammenlignbare og konsistente over tid (*The Greenhouse Gas Protocol*, 2004). Rapporteringskravene til klimagassutslipp i GRI-rammeverket er basert på kravene i GHG Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard, samt kravene i GHG Protocol Corporate Value Chain (Scope 3) Accounting and Reporting Standard (GRI, 2020a, GRI 305)

#### **2.4.7 GRI som evalueringsverktøy**

GRI er den ledende standarden for bærekraftsrapportering. Det er også den eneste standarden som spesifikt utviklet for *rapportering*, og per 2020 den eneste standarden som tar for seg alle de 17 bærekraftsmålene (*How to link the GRI Standards with the SDGs*, u.å). GRI gir veiledning til hvordan virksomheten både kan måle og rapportere på indikatorer knyttet til alle forholdene innenfor samfunnsansvar. Flere av de andre standardene nevnt ovenfor er komplementære til GRI. For eksempel anbefaler Global Compact medlemmene å bruke GRI-rammeverket når de rapportere om deres progresjon knyttet til de ti prinsippene. SASB som er mer bransjerettet vil i kombinasjon med GRI gi et mer helhetlig bilde av virksomhetenes ytelse.

Videre finnes det standarder som kun er rettet mot en spesifikk del av bedriftens samfunnsansvar. ISO 14001 stiller omfattende rapporteringskrav til bedriftens miljøstyringssystemer, men det er både frivillig å implementere standarden og å bli sertifisert. GHG-protokollen skal gjøre det lettere for bedriften å utarbeide klimaregnskap, og beregningene kan som nevnt brukes til å fylle kriteriene i GRI indikatorene knyttet til klimagassutslipp. Disse skiller seg fra GRI-rammeverket ved at de ikke omfatter de sosiale og økonomiske forholdene som kan knyttes til samfunnsansvar.

Som nevnt tidligere er GRI-rammeverket spesifikt for rapportering. I tillegg er de emnespesifikke standardene ikke er tilpasset bransjer, og vi anser derfor GRI som det mest egnede evalueringsverktøyet til denne undersøkelsen.

## 3. Teoretisk tilnærming

### 3.1 Stakeholder-teorien

Sentralt i bærekraftsrapportering finner du stakeholder - og shareholder-teoriene. Begrepet stakeholder har utviklet seg gjennom tidene og ble brukt første gang i ledelseslitteratur i 1963 på Stanford Research Institute. Begrepet ble da brukt om "stockholders", dette på tross av at begrepet allerede var definert som de gruppene en entitet er avhengig av støtte fra for å eksistere (Freeman, 1984 (nyutgivelse 2010)). I Freemans "Strategic Management: A Stakeholder approach" tilbakefører Freeman begrepet til sin originale mening og inkluderer også andre grupper påvirket av selskaper. Allerede på dette tidspunktet beskriver Freeman hvordan kortsiktig avkastning kan skade den langsiktige helsen til bedriften, og hvorfor det var viktig å ta hensyn til andre interessenter. Dog, på dette tidspunktet ble stakeholder-teorien beskrevet av Freeman som et strategisk rammeverk ledere kunne bruke til å forstå de eksterne omgivelsene (Freeman, 1984 (nyutgivelse 2010)).

Med andre ord var Freeman sin Stakeholder teori tolket som et strategisk rammeverk, og var ment som et bidrag til den strategiske og ikke den etiske litteraturen (Phillips *et al.*, 2011). "Stakeholdere" var altså på dette tidspunktet "any group or individual who can affect or is affected by the achievement of the organization's objectives" (Freeman, 1984 (nyutgivelse 2010)), og stakeholder-teorien var et strategisk verktøy for å kunne forstå nåværende og fremtidige omgivelser, og var helt nødvendig for å oppnå suksess for bedriften.

Stakeholder-teorien er et stort felt hvor det er blitt utgitt en mengde bøker og artikler om emnet, og ideen om at bedriften har "Stakeholdere" er i dag kjent for de fleste. Det er dog noe uklart nøyaktig hva stakeholder-teorien er. I 1995 identifiserte T. Donaldson & L.E. Preston det de mente var tre hovedretninger av Stakeholder-teorien. Den første taksonomien beskriver Stakeholder-teorien som en normativ retning hvor ledere skal ta beslutninger på et moralsk grunnlag. Den andre taksonomien beskriver teorien som en

empirisk teori hvorav å ta hensyn til interessenter kan hjelpe bedriften til bedre resultater. Den tredje taksonomien beskriver en deskriptiv teori hvor ledere og bedrifter tar beslutninger på bakgrunn av moralske vurderinger. Donaldson og Preston vurderer det likevel dithen at kjernen er av det normative slaget (Donaldson & Preston, 1995). Det er også diskusjon om Stakeholder-teorien faktisk er et ledelsesverktøy (empirisk) eller et etisk rammeverk (normativt) (Damak-Ayadi & Pesqueux, 2005). I 1999 utga Freeman sammen med P. H. Werhane en artikkel som skulle avklare noe av kritikken teorien hadde fått. Blant annet argumenterer de for at det ikke finnes et alternativ hvor teorien er etisk og normativ, da dette betyr at virksomhet og etikk utøves i to forskjellige siloer, og beskriver dermed en virksomhet som "amoralisk" som ikke kan stilles til ansvar (Werhane & Freeman, 1999). Som vi har vært inne på tidligere, gjør det sterke fokuset på økonomiske mål i virksomhetsverdenen det vanskeligere å integrere etikken. Dette kan være med på å forsterke denne følelsen av to siloer. Imidlertid argumenterer Freeman med at etikk og virksomhet er intergrert og ikke separert. Dette begrunner han med at beslutninger som tas i en virksomhet, og beslutninger som tas utenfor er de samme. Denne splittelsen tvinger dermed falske dilemmaer, som han kaller for "The Separation Thesis" (Werhane & Freeman, 1999). Freeman argumenterer derfor for at selskaper har moral, og kan stilles ansvarlig for de valgene de tar.

### **3.2 Shareholder-teorien**

Shareholder-teorien er ofte sett på som en motsetning til stakeholder-teorien. Ideen begynte med Adam Smith sin teori om den usynlige hånd på 1700-tallet. Hans teori går ut på at den usynlige hånd regulerer det økonomiske markedet ved at de individuelle aktørene handler i deres eget beste, som igjen medfører det beste for samfunnet også (Rothschild, 1994; Smith, 1776). Videre skrev Friedman i 1970 den nå velkjente artikkelen "The Social Responsibility Of Business Is to Increase Its Profits". Her argumenterer han for at ledere er ansatt av aksjonærene, og at deres oppgave er å tjene deres ønsker, hvilket som oftest er å maksimere profitten. Dersom ledere ønsker å engasjere seg i samfunnsansvar etter eget ønske, skriver Friedman videre at lederen da handler som prinsipal og ikke agent som personen er ansatt til å være. I tillegg til dette argumenterer han for at en leder som reduserer profitten ved å bruke penger på samfunnsansvar, "stjeler" disse pengene fra

aksjonærene, ansatte eller kundene og at dette derfor da er en umoralsk handling. Poenget hans videre er at det ikke er lederens ansvar å bestemme hvordan disse pengene skal brukes, men at det skal være opp til aksjonærene, ansatte og kunder. Friedman argumenterer også med at det er offentlige ansatte som skal tjene samfunnet, og deres ansettelse og formål er valgt i en demokratisk prosess. Ved at lederen tar på seg samfunnsansvar, tar lederen på seg en rolle han/hun ikke er demokratisk valgt til (Friedman, 1970). Hovedbudskapet til Friedman var at bedrifters sosiale ansvar var å øke profitten innenfor lovens rammer og innenfor etiske normer. Dog, i debatten om shareholder-teorien blir ofte poenget hans med etikken utelatt. Profittmaksimering er i den senere tid blitt kritisert, da dette ofte har gått på bekostning av ansatte og andre interessenter (Danielson *et al.*, 2008).

For å sammenligne de to teoriene er det kun den normative stakeholder-teorien som shareholder-teorien går på tvers av, da begge teoriene er åpne for samfunnsansvar som et strategisk verktøy. Freeman argumenter imidlertid for at virksomheter har en iboende moral, og at debatten om at bedriften har moral er bygget på falske premisser. På denne måten skiller Stakeholder-teorien seg fra Shareholder-teorien.

### **3.3 CSR og CSI**

Begrepet CSR står for “corporate social responsibility”, som på norsk oversettes til bedriftens samfunnsansvar. Det finnes en rekke definisjoner på hva begrepet innebærer. Til tross for at det ikke finnes konsensus om betydningen av begrepet blir samfunnsansvar i de fleste definisjoner beskrevet som et konsept hvor bedriften frivillig integrerer miljømessig og sosiale aspekter i sin virksomhet (Dahlsrud, 2008). En av de mest kjente definisjonen på samfunnsansvar kommer fra Archie B. Carroll. Han presenterte 1991 bedriftens samfunnsansvar som det økonomiske, juridiske, etiske og filantropiske ansvaret bedriften har overfor samfunnet (Carroll, 1991). I tillegg til å oppnå profitt og følge de juridiske forventningene forventes det at CSR-aktiviteter bidrar til at bedriften tar miljømessig og sosiale hensyn. Carroll mente at essensen av begrepet skulle være å gjøre noe mer utover det å kun tjene penger, og en prioriteringsrekkefølge ble dannet i CSR pyramiden (Carroll, 1999). Senere er modellen blitt kritisert for å fremme samfunnsansvar som noe frivillig man

gjør på siden. EU kommisjonen definerte en ny mening av begrepet CSR i 2011 hvor de la større vekt på bedrifters innvirkning på miljøet. De definerte CSR som “CSR is the responsibility of enterprises for their impacts on society” (Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions- A renewed EU strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility, 2011), og går dermed noe vekk fra følelsen av frivillighet (D'heur, 2015). Jallai og Gribnau foreslår å introdusere begrepet CSI (Corporate Social Irresponsibility), slik at selskaper med negativ påvirkning får en negativ merkelapp i motsetning til CSR som gir selskaper som utøver samfunnsansvar får en positiv merkelapp (Jallai & Gribnau, 2018).

### **3.4 Legitimitetsteorien**

Legitimitetsteorien er helt sentral for å forklare hvorfor et selskap frivillig velger å offentliggjøre bærekraftsrapporter. I akademisk litteratur skilles det mellom to innfallsvinkler som benyttes til å studere organisatorisk legitimitet. Den strategiske vinklingen tar et ledelsesperspektiv og studerer måten selskapet benytter manipulasjon og stemningsskapende symboler for å oppnå aksept fra samfunnet. Vektlegger man derimot det kulturelle presset som er utenfor selskapets kontroll ser på man legitimitet gjennom et institusjonelt perspektiv (Suchman, 1995). Når man skal studere faktorer som påvirker selskapers bruk av bærekraftsrapportering kan det være relevant å se på begge vinklingene. Legitimitet er noe ledelsen kan påvirke, men også noe som er utenfor deres kontroll.

Legitimitetsteorien er basert på at selskaper kun kan eksistere dersom de får tillatelse fra samfunnet, og de inngår dermed i en sosial kontrakt med samfunnet. Vilklårene i kontrakten gjenspeiler de sosiale forventningene samfunnet har til selskapet. Dersom selskapet ikke greier å etterleve forventningene som stilles til dem, foreligger det et brudd på den sosiale kontrakten, og deres legitimitet vil bli truet (Idowu *et al.*, 2013).

Suchman definerer legitimitet som "en generalisert oppfatning eller antagelse om at en virksomhets aktiviteter er ønskelige, riktige eller passende innenfor et sosialt konstruert system av normer, verdier, oppfatninger og definisjoner" (Suchman, 1995, s.574). I følge

Dowling og Pfeffer er legitimitet "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" (Dowling & Pfeffer, 1975, s.122). Å bli oppfattet som legitim betyr at selskaper må handle i samsvar med samfunnets forventninger og normer.

Dowling og Pfeffer argumenterer for at når selskaper ikke greier å demonstrere at deres aktiviteter er kongruente med samfunnets forventninger vil deres legitimitet bli truet, og et legitimitetsgap kan oppstå (Dowling & Pfeffer, 1975). Ifølge Wartick og Mahon (1994) finnes det flere ulike forklaringer på hvorfor et legitimitetsgap oppstår. Det kan oppstå fordi samfunnets forventninger til selskapets presentasjoner endres, uten at selskapet foretar noen faktiske endringer. Det kan også være at selskapet gjør endringer som endrer deres presentasjoner, men samfunnets forventninger forblir uendret. En annen forklaring er at både selskapets presentasjoner og samfunnet forventninger endres, men dette skjer i ulik hastighet eller i ulik retning (Wartick & Mahon, 1994).

Lindblom (1994) mener det finnes fire legitimeringsstrategi som selskaper kan benytte i sin rapportering for å styrke deres legitimitet (Lindblom 1994, referert i Deegan, 2002, s. 297):

**Legimitetstiltak 1:** Informere samfunnet om de faktiske endringene i deres ytelse

**Legimitetstiltak 2:** Endre samfunnet oppfatning uten å endre ytelse og aktiviteter

**Legimitetstiltak 3:** Manipulere eller avlede oppmerksomhet i samfunnet

**Legimitetstiltak 4:** Endre eksterne forventninger til deres ytelse

Med utgangspunkt i legitimitetsteorien kan bærekraftsrapportering være en forklarende grunn til hvordan selskaper arbeider med å opprettholde sin legitimitet. Ved å utarbeide og offentliggjøre bærekraftsrapporter vil selskapet kunne oppnå legitimitet gjennom å vise at de anerkjenner at de har et større ansvarsområde enn kun å oppnå profitt. Informasjonen som fremkommer i rapportene, kan være med på å endre samfunnet oppfatning av selskapet. Forbedringer i kvaliteten på rapportering vil kunne styrke et selskaps legitimitet, gjennom å redusere informasjonsasymmetrien mellom selskapet og samfunnet (Ching *et al.*, 2017).

### 3.5 Transparens

Tilgjengelighet av informasjon er avgjørende for både allokasjonen av investeringer i samfunnet (Francis *et al.*, 2009), bedriftens legitimitet og press fra interessenter. Corporate transparency defineres mf. som “.. the widespread availability of firm-specific information concerning publicly listed firms in the economy to those outside the firm” (Bushman *et al.*, 2004, s. 210). Transparens er helt nødvendig for at interessenter kan holde selskapene ansvarlig for deres påvirkning, samt at de må kunne skille mellom ansvarlig oppførsel og grønnvasking (Dubbink *et al.*, 2008). Dubbink *et al.* skiller mellom transparens og CSR transparens. Undersøkelser kan tyde på at CSR transparens har enda en vei lang å gå, og at det ikke rapporteres tilstrekkelig på området. Dubbink *et al.* siterer Walden and Schwarz (1997) som uttrykker bekymring for at selskapene vegrer seg for at avsløre for mye da det kan gå på bekostning av fremtidig profitt (Dubbink *et al.*, 2008). Ifølge Kaptein 2003, referert i Dubbink *et al.* bygger transparens på prinsipper om at informasjonen som presenteres skal være (a) hel, (b), inkluderende, (c) relevant, (d) sammenlignbart, (e) forståelig, (f) aktuelt, (g) offentlig tilgjengelig, (h) må kunne verifiseres, (i) verifisert eksternt, (j) upartisk, (k) rettet mot bærekraft, (l) inneholde prosessstyring, (m) forankret i organisatorisk styring, (n) konsistent informasjon, (o) inneholde informasjon om kontinuerlige forbedringer, (p) pålitelig (Dubbink *et al.*, 2008). Mange av disse kan vi kjenne igjen fra GRI-rammeverkets krav om kvalitet og innhold.

### 3.6 Bærekraftig virksomhet og verdiskapning i virksomheten

Lenge har CSR og bærekraft blitt sett på som en kostbar forsvarsstrategi mot negativ omtale. Dette er i endring, og blir stadig sett mer på som en mulighet for økt verdiskapning i virksomheten og for interessenter (Schmidpeter, 2015). Delt verdiskapning mellom aksjonærer og andre interessenter er i tillegg blitt begrenset av to andre dominerende ideer. Den ene er at de ulike interessentene har konkurrerende behov, og at verdiskapningen til en av gruppene går på bekostning av noen av de andre. Den andre ideen er at det å ta hensyn til et bredere utvalg av interessenter vil gå på bekostning av aksjonærene, og at selskapene

plikter å prioritere aksjonærene. Tantalo og Priem (2016) foreslår et rammeverk de kaller for “Stakeholder synergy”, som skal hjelpe ledere med å øke verdien til én eller flere stakeholder-grupper uten å gå på bekostning av andre grupper. Dette begrunner de med at ulike stakeholderene har ulike preferanser, og det finnes flere kilder til verdiskapning (Tantalo & Priem, 2016). På denne måten blir kaken større, fremfor å dele ut flere stykker. Det finnes også en økende mengde litteratur på hvordan bærekraft kan øke den totale verdiskapningen i bedriften. Vi mener dette er et relevant tema da vi ønsker å belyse hva som kjennetegner bærekraftig drift fremfor markedsføring om bærekraft, samt hvorfor noen selskaper rapporterer mer inngående enn det som er lovpålagt. Michael D’heur bruker i en bok fra 2015 begrepet “Sustainable value creation” om den optimale målsituasjon for en bedrift. Med dette menes bærekraftig drift i alle ledd i virksomheten. Forfatteren definerer “Sustainable Value Creation” som “... a company’s commitment to structure all aspects of its core business (i.e., products and supply chains) in ways that deliver economic, ecological, and societal value-add at the same time” (D'heur, 2015). Også EU kommisjonen oppfordrer bedrifter til å legge en langsiktig strategi med fokus på bærekraft, også gjennom verdikjeden (*Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions- A renewed EU strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility*, 2011).

McKinsey har i en rapport fra 2019 identifisert fem faktorer som skal hjelpe bedrifter med å forstå hvordan fokus på bærekraft kan gi økt verdi i virksomheten. Den første faktoren de identifiserer, som vi har vært inne på i både shareholder og stakeholder teorien, er at fokus på bærekraft kan tiltrekke seg nye kunder både i eksisterende og nye markeder. De påpeker også hvordan dette kan skape økt tillit til myndigheter og kunder (Henisz *et al.*, 2019). Disse funnene blir understøttet av en studie som har undersøkt sammenhengen mellom økt finansiell støtte, og bred støtte blant interessenter (Henisz *et al.*, 2014). Den andre faktoren de identifiserer er kostnadsreduksjoner ved hjelp av økt ressurseffektivitet. Her nevner de eksempler som å bruke mindre vann, mindre strøm eller mer effektiv bruk av råmaterialer. De fant en klar link mellom en sterk bærekraftstrategi og grad av kostnadsreduksjon. (Henisz *et al.*, 2019). For det tredje påpeker de at bedrifter kan unngå økte reguleringer og lovgivning ved at selskaper driver bærekraftig på frivillig basis. For det fjerde påpeker de hvordan fokus på bærekraft kan være med på å tiltrekke kvalifiserte og ettertraktede



arbeidstakere, samt øke motivasjonen blant ansatte. For det femte mener de at en bærekraftstrategi kan hjelpe virksomheter med økt avkastning på investeringer ved at det kan føre til mer langsiktige investeringer som er mer bærekraftige (Henisz *et al.*, 2019). I en rapport fra 2011 blir også viktigheten av strategiimplementering vektlagt og det blir foreslått en integrasjon med et Balanced Scorecard system, og ved at man på denne måten kan få en meningsfull kvantifisering av utvalgte bærekraftsmål. De foreslår at man på forhånd utvikler en modell for kontinuerlig prosessforbedring i noe de kaller en “vugge til grav modell” som er en verdikjedeanalyse av fotavtrykket bedriften etterlater seg. Dette mener de er nødvendig for en holistisk integrasjon av bærekraftsmål (Butler *et al.*, 2011).

I en studie fra 2002 har Morhardt og Freeman sammenfattet grunner for at bedrifter driver med bærekraftsrapportering. De peker på følgende grunner tidligere identifisert: (1) For å etterleve regelverk og møte eventuelle fremtidige krav, (2) og å møte industrispesifikke normer, (3) redusere operasjonskostnader, (4) forbedrede relasjoner med interessenter, (5) økt interessent-oppfattelse av bedriften posisjon i forhold til bærekraft, (6) økt konkurransefortrinn, (7) legitimitet, (8) følge samfunnets normer (Morhardt *et al.*, 2002).

### **3.7 Virkemidler for grønnvasking**

Carlson *et al.* utviklet i 1993 to typologier for klassifisering av “grønn” markedsføring. En av typologiene klassifiserer miljøpåstander i fem kategorier, mens den andre typologien klassifiserer misledende påstander. Sammen danner de en matrise for å lettere kunne bestemme hva som blir oppfattet som villedende markedsføring. Det ble identifisert fem kategorier av miljøpåstander: (1) Påstand om miljøvennlig iboende egenskap i produkt. (2) Påstand om miljøvennlig prosess eller teknologi. (3) Påstand om assosiasjon med miljøengasjement med høy støtte blant konsumentene. For eksempel “Vi er forpliktet til å bevare skogene våre” (4) Fremleggelse av faktisk påstand, for eksempel “Regnskogen ødelegges med to dekar per sekund” (5) Kombinasjoner av ovennevnte. Rammeverket består videre av fire kategorier av misledende påstander: (1) Vage påstander, (2) utelatelse av viktig eller relevant informasjon for å vurdere påstanden, (3) falsk informasjon og (4) kombinasjoner av ovennevnte (Carlson *et al.*, 1993).

En litteraturgjennomgang fra 2012 identifiserte fem symbolske etterlevelsstrategier. Symbolsk grønnvasking innebærer å søke legitimitet uten å innføre betraktelige endringer. Typologien var noe lignende Carlson *et al.* sin og inneholder (1) *decoupling* som innebærer at kun den symbolske handlingen blir iverksatt, men ikke den reelle. (2) *Attention deflection* som innebærer at bedriften rette oppmerksomheten til mindre viktige aspekter for å unngå kritikk. (3) *Social image bolstering* vil si bedrifter som for eksempel gir penger til veldedighet for å styrke hvordan de blir oppfattet. (4) *Substitution* innebærer bedrifter som implementerer en halvveis-løsning fremfor den anbefalte løsningen, og (5) *selective disclosure* som innebærer å rapportere kun det positive for å skape et fiktivt inntrykk av transparens (Marquis & Toffel, 2012).

En analyse fra 2018 undersøkte hvordan BP brukte *visuelle virkemidler* for å snu inntrykket av selskapet etter Deepwater Horizon lekkasjen. De fant en stor grad av bruk av fargen grønn, sol i logoen og bilder med stort fokus på menneskelighet og sikkerhet, og konkluderte med at strategisk bruk av farger, foto og grafikk var med på å berge interessentenes bilde av BP (Kassinis & Panayiotou, 2018).

## 4. Litteraturgjennomgang

### 4.1 Bærekraftsrapportering

KPMG Survey of Sustainability Reporting 2020 viser at kvaliteten på bærekraftsrapporteringen til selskaper er varierende. Stadig flere selskaper anerkjenner de finansielle risikoene knyttet til klimaendringer, men fåtallet av selskapene rapporterer på risikoer knyttet til tap av det biologiske mangfoldet. Sammen med klimaendringer er tap av det biologiske mangfoldet en av nåtidens store miljøutfordringer. Likevel viser undersøkelsen gjort av KPMG at det bare er rundt en fjerdedel av selskaper i utsatte sektorer som rapporterer på risikoene knyttet til tap av det biologiske mangfoldet. Utsatte sektorer består av selskaper som har høy eller medium risiko for tap av biologisk mangfold, blant annet olje og gass (Bartels *et al.*, 2020). Samme undersøkelse viser også at det er en ubalansert rapportering knyttet til FNs bærekraftsmål. 86% prosent av selskapene fokuserer kun på de positive bidragene selskapet har på bærekraftsmålene. Det er stor mangel på åpenhet knyttet til de negative påvirkningene selskapene har (Rønnov, 2020).

Finanstilsynet gjennomført i 2019 en kartlegging av noterte selskapers bærekraftsrapportering. Alle selskapene er lovpålagt gjennom regnskapsføringsloven §3-3c å rapportere på bærekraftsinformasjon. Av de 193 selskapene som var med i kartleggingen er det 157 som oppgir at de rapporterer på bærekraft. Mens bransjer som forbruksvarer og kommunikasjon har den høyest andel av selskaper som oppgir at de rapporterer på bærekraft, har helsevern og IKT har de lavest andelene med henholdsvis 57% og 67%. Finanstilsynet finner også svakheter i selskapenes rapportering knyttet til klimarisiko. Av de 193 respondentene er det under halvparten som oppgir at de har prosesser som gjør at de kan identifisere, håndtere og overvåke klimarisiko. I tillegg er rapportering av klimarisiko i liten grad tallfestet. Under 10% av selskapene oppgir at de har tallfestet finansielle konsekvenser av klimarisiko (Finanstilsynet, 2020).

Når det kommer til forskjeller i bransjer, fant en studie fra 2016 at selskaper som forurenser, på global skala, opptrer mer transparent enn andre bransjer. Fokuset i studien ligger på teknikken "selective disclosure" som innebærer at man publiserer den positive påvirkningen selskapet har på miljøet, men ikke den negative (Marquis *et al.*, 2016).

En langsgående analyse av CSR-rapporteringen til 12 globale motehus viser at det har vært en økning i selskapers rapportering knyttet til 16 områder innenfor samfunnsansvar i perioden 2013-2016. Rapportene er evaluert ut ifra et kodesystem som er basert på de syv kjerneområdene i 2010-versjonen av ISO 26000. Studiet viser at rapportene i stor grad fokuserer på arbeidsforhold og miljøspørsmål, men at menneskerettigheter, menneskelig utvikling og bærekraftig bruk av ressurser har fått mer oppmerksomhet i løpet av perioden. Det konkluderes med at dette er et resultat som hovedsakelig skyldes i økt press fra interessentene, deriblant media og frivillige organisasjoner (Feng & Ngai, 2020).

Videre er det også påvist forskjeller i kvaliteten og åpenheten blant selskaper som ikke revideres, og de som revideres, nærmere bestemt av de "big 4". Det ble funnet høyere nivåer av åpenhet og troverdighet blant de reviderte selskapene (Fernandez-Feijoo *et al.*, 2018).

#### **4.2 Kvalitet på bærekraftsrapportering**

En studie fra 2002 har vurdert miljø- og bærekraftsrapporteringen til de 40 største globale industriselskapene i verden i 1999 ved hjelp av numerisk poengsystem basert på GRI retningslinjene. Selskapene ble tildelt en poengsum mellom 0 og 3, hvorav 0 ble gitt hvis GRI punkt ikke ble nevnt, 1 ble gitt hvor GRI ble nevnt veldig kort, 2 hvor GRI punkt ble rapportert i detalj med kun på enkelte fasiliteter eller hvor tall ble kun sammenlignet med egne tall, og 3 ble gitt i tilfeller med tilfredsstillende rapportering. Maksimal mulig poengsum var 429 poeng. Studiens resultater avslørte at ingen av selskapene oppnådde mer enn 20% av mulige poeng (Freeman *et al.*, 2002).

To Skandinaviske forskere fulgte også noenlunde samme fremgangsmåte med poeng mellom 0 og 2 basert på tre kriterier. Basert på dette ble det identifisert fire grupper kategorisert i en matrise. Denne ble delt inn i "resisters", "starters", "hoarders" og "reporters", hvor "resisters" er de dårligste på rapportering, mens "reporteres" er de beste på rapportering. De fleste undersøkte selskapene havnet i gruppen "resisters" (Peck & Sinding, 2003).

En annen studie fra 2005 fulgte også GRI-rammeverket med en poengskala fra 0-3, hvor kvantitative data ble vektlagt doble poeng. Studien undersøkte sveitsiske selskaper, og også denne studien fant at de aller fleste selskapene ikke klarte å nå opp til GRI standardene, og gjennomsnittlig score ble 33,3% av full pott. Videre fant de at selskapene hadde en lang vei å gå når det gjaldt rapportering av kvantitative data og ytelsesindikatorer (Daub, 2005).

En undersøkelse fra Hellas har sett på kvaliteten til bærekraftsrapportering i greske selskaper. Også i dette studiet ble kvaliteten vurdert ved hjelp av et numerisk poengsystem basert på GRI. 141 punkter ble utarbeidet, og hvert punkt ble vurdert med poeng fra 0 til 4. Maksimal oppnåelig score var på 564 poeng. Selskapet som scoret høyest fikk 263 poeng, mens selskapet som scoret lavest fikk 66 poeng. Det konkluderes med at det er store kvalitetsforskjeller i selskapenes rapportering. Videre ser forskerne at selskapenes rapportering har et stort forbedringspotensial når det kommer til å imøtekomme internasjonale standarder (Skouloudis *et al.*, 2010).

En studie fra 2006 forsøkte å identifisere hvordan selskaper rapporterer ikke-finansiell informasjon og fant i hovedsak fem distinkte egenskaper ved rapportene, dog grad av egenskaper varierer fra rapport til rapport. For det første fant de at ikke-finansiell rapportering ofte kjennetegnes av at den komplementerer den finansielle rapporteringen ved å inkludere aspekter om miljø og sosiale forhold. De følger timeplanen til de finansielle rapportene, og publiseres sammen med disse. Resultatene sammenstilles i en "Tripple bottom line". Videre er den ofte bygget opp i to deler, hvorav den første fokuserer på kvalitativ informasjon, mens den andre fokuserer på kvantitativ informasjon om programmer, aktiviteter o.l. Den tredje egenskapen de identifiserte var at de ofte presenteres ofte som et steg i en ansvarsprosess. For det fjerde blir det ofte lagt vekt på den prosessen bedriften har igangsatt for økt interessent- tilfredshet. Og for det femte inneholder de ofte informasjon om hvordan disse hensynene skal hjelpe bedriften mot å nå deres finansielle mål (Perrini, 2006).

En studie publisert i 2019 har gjennomført en innholdsanalyse av bærekraftsrapportene til 13 tyrkiske selskaper. I studiet benyttes GRI-G4 retningslinjen og rapportene er vurdert ved hjelp av det numerisk poengsystem utviklet av Morhardt *et al* (2002). Selskapene ble vurdert etter totalt 91 indikatorer, og hver indikator ble vurdert med poeng fra 0-3.

Maksimal poengsum var 273. Selskapet som scoret høyest oppnådde 52% av totalt mulige poeng, mens selskapet som scoret lavest scoret kun 6,59%. I den miljømessige dimensjonen ble det gitt flest poeng innenfor området "Energy". Det var kun et av selskapene som oppga informasjon om "Biological diversity" og "Environmental Compliant Mechanisms". Selskapene scorer lavest innenfor den sosiale dimensjonen. De oppnådde flest poeng innenfor "occupational health and safety" og færrest innen "workforce/management relationship" (Gümrah *et al.*, 2019).

### **4.3 Grønnvasking og bærekraftsrapporter**

En undersøkelse gjort av bærekraftsrapportene til 10% av selskapene rangert på Fortune Global 250 viser at 68% av selskapene kunne blitt beskyldt for grønnvasking. 20% av disse selskapene rapporterte overhodet ikke om miljøpåvirkningen fra deres forsyningskjede, mens 48% rapporterte om miljøpåvirkningen gjennom visjoner og mål. Ingen av selskapene fikk toppscore, men de selskapene (32%) som rapporterte mest på bærekraft var de som har mottatt priser for sin miljøinnsats og som er inkludert på lister over de mest bærekraftige selskapene. Undersøkelsen viser imidlertid at det har vært store fremskritt i bærekraftsrapporteringen til multinasjonale selskaper og deres leverandørkjede (Lewis, 2016).

En undersøkelse fra 2014 undersøkte forekomsten av grønnvasket markedsføring i India ved hjelp av systematisk innholdsanalyse. De fant at de fleste selskapene i analysen var svært grunne og lite substansielle i sine bærekraftstiltak. De fant at produksjonsselskaper var den ledende bransjen på grønn markedsføring, sammen med eiendomsselskaper. Videre fant de utstrakt bruk (60%) av markedsføring ved bruk av "påstander med assosiasjon med høyt miljøengasjement" (Fernando *et al.*, 2014). Virkemiddelet "fremleggelse av faktisk påstand" var brukt i liten grad (Fernando *et al.*, 2014). Undersøkelsen bygger på klassifiseringsmatrise utarbeidet av Carlson *et al.*, 1993 gjennomgått i teoridelen (Carlson *et al.*, 1993).

En studie fra 2020 fant en sterk negativ sammenheng mellom bildebruk og kvantiteten på meningsfull informasjon i CSR rapportene. Videre fant de også en tendens til større bruk av

bilder i forurensende industrier, kontroversielle industrier og selskaper som ikke rapporterer etter GRI (Anantharaman *et al.*, 2020).

## 5. Metode

### 5.1 Forskningsstrategi

Forskning kan skilles av en kvalitativt eller en kvantitativ strategi. En kvalitativ forskningsstrategi kjennetegnes av induktiv utledelse av teori. Den er ofte konstruert på en slik måte at studien omfatter bruken av ord, heller enn tallfestede data. Kvalitativ forskning har som hovedformål å lage teorier av den sosiale verden. En kvalitativ studie legger vekt på tolkning av sosiale fenomener basert på konstruktivisme. Konstruktivisme baserer seg på ideen om at sosiale fenomener er konstruerte. Et kvalitativt design innebærer imidlertid ikke at studien ikke omfatter kvantifiserbare tall, selv om navnet kan implisere dette (Bell & Bryman, 2011).

En kvantitativ forskningsstrategi bygger i hovedsak på innsamling av kvantifiserbare data og deretter analyse av data opp mot eksisterende teorier. Kvantitativ forskning kjennetegnes av deduktiv utledelse av hypotese, som baseres på positivisme. Positivisme vil i korte trekk si anvendelsen av teorier for å studere realiteten. Videre kjennetegnes kvantitativ forskning av objektivisme (Bell & Bryman, 2011). Med denne bakgrunnen argumenterer vi for at vår undersøkelse hovedsakelig bygger på kvantitativ metode, da vi benytter oss av rammeverk som bygger på teori, og at analysen ender opp i kvantifiserbare tall. Vi bruker dermed positivisme for å studere status quo på dagens bærekraftsrapportering. Indikatorene som brukes etterspør spesifikk informasjon og det er lite rom for egne tolkninger. Våre antagelser er i stor grad styrt av objektivisme. Likevel kan antagelsene til en viss grad være preget av subjektivisme, da de fleste rapportene ikke direkte svarer på det indikatorene etterspør. Undersøkelsen bærer dermed preg av *kvalitativ analyse*, og vi argumenterer for at undersøkelsen befinner seg på en skala mellom de to.

Vår analyse av grønnvasking bygger også på teoretiske indikatorer, men vi har også foretatt en induktiv utledelse av indikatorer basert på vår egen erfaring etter gjennomgang av rapportene i GRI analysen. Vi vil gå nærmere inn på dette i kapittel om dataanalyse, men et eksempel på dette er at vi fikk en sterk oppfattelse om at noen av rapportene prøve å avlede oppmerksomheten vår ved et overdrevet fokus på fremtidige mål og ambisjoner. Vi valgte derfor å inkludere dette som en underkategori i teorien til Toffel og Marquis om



symbolske etterlevningstrategier under indikatoren “Attention deflection” (Marquis & Toffel, 2012). Samt at kvantifisering av resultater også bygger på en oppfattelse av innhold, snarere enn en kvantifisering av innhold, på tross av at vi ender i kvantifiserbare resultater. Formålet var likevel ikke å identifisere grønnvaskingsvirkemidler, men å gi en status quo på dagens situasjon, som er en positivistisk tilnærming i likhet med GRI analysen.

## 5.2 Forskningsdesign

Forskningsdesignet er rammeverket for hvordan man kan innhente og analysere data. Forskningsmetoden beskriver nærmere spesifikt teknikken for innsamling av data. Det er i hovedsak fem forskningsdesign; eksperimentelt design, tverrsnittdesign, langsgående design, casestudie design og sammenlignende design. Et **eksperimentelt** design regnes som en type design som gir stor robusthet og regnes som troverdig når det kommer til å bestemme årsaker. Et eksperimentelt design består typisk av to grupper, en behandlingsgruppe og en kontrollgruppe. Resultatene sammenlignes med kontrollgruppen, og en før- og etteranalyse gjennomføres. Et **tverrsnittdesign** er en samling av kvantitative eller kvantifiserbare data bestående av mange variabler, samlet inn på samme tid. Analysen består i å identifisere mønstre og sammenhenger. Metoden kan inkludere spørreundersøkelse, innholdsanalyse eller strukturert observasjon. Navnet tverrsnittdesign kommer av at en uavhengig variabel kobles med en samling avhengige variabler eller observasjoner. En studie er bestående av mange slike prøver/variabler, for eksempel mange personer eller land. **Langsgående design** brukes ofte for å kartlegge forandringer. Data samles om prosesser og mekanismer, og forandringer kartlegges ofte gjennom strukturerte intervjuer eller sosiale spørreundersøkelser. Typisk for et langsgående design er at data samles inn på et tidspunkt i tid, for deretter å samle inn samme type data på et senere tidspunkt. **En Casestudie** har som formål å dyptgående studere en enkelt sak. Dette kan for eksempel være en organisasjon, en lokasjon, en person eller en hendelse. En casestudie assosieres typisk med et kvalitativt datagrunnlag, men dette trenger ikke å være tilfellet. Det viktige er at den enkelte hendelse, stedet eller lokasjonen blir undersøkt på en grundig og intensiv måte for å finne essensen av det enkelte valgte case. En casestudie kan også være induktivt eller deduktivt, avhengig av om det er en kvantitativ eller kvalitativ strategi. Sist av

hovedgruppene av design har du **sammenlignende design** som innebærer å sammenligne to identiske metoder på kontrasterende case. Brukes i tilfeller hvor man ønsker å forstå sosiale fenomener, og en sammenligningsstudie skal øke forståelsen av resultatene. Her er både kvantitative og kvalitative strategier mulig, men brukes som oftest i et tverrsnittdesign (Bell & Bryman, 2011). Undersøkelsen vår bygger dermed hovedsakelig på et tverrsnittdesign da formålet med undersøkelsen er å identifisere mønstre og sammenhenger, og på den måten kunne si noe om hvilke sektorer som scorer høyest på rapporteringen av bærekraft i ulike kategorier, samt undersøke om vi finner en sammenheng mellom det, og bruk av virkemidler som ansees som grønnvasking. Undersøkelsen bærer også preg av en case-studie da vi dyptgående ønsker å studere kvaliteten til bærekraftsrapporteringen i tillegg til å sammenligne et utvalg sektorer.

### 5.3 Utvalg

I denne undersøkelsen har vi tatt utgangspunkt i de 10 største europeiske selskapene i hver sektor. Selskapene i olje og gass - og IKT- sektoren er hentet fra Forbes Global 2000s rangering basert på selskapenes markedsverdi (Forbes Global 2000, 2020). Selskaper fra klessektoren ble hentet fra Statista rangert etter inntekter (Statista, 2019). Siden den britiske kleskjeden Arcadia Group ble satt under administrasjon i november 2020 og har solgt unna flere varemerker (Nelson, 2020), mener vi at det var lite hensiktsmessig å analysere selskapet og det ble erstattet med Adidas. Samtidig som Adidas anses som et av verdens mest transparente motemerker, var selskapet også å finne på Forbes Global 2000 i 2019 (Forbes Global 2000, 2020; Ditty, 2019). Det tidligere oljeselskapet Ørsted ble også utelatt fra analysen da de i 2018 hadde solgt seg ut av olje og gass (Christensen, 2019).

Ved å ta utgangspunktet i de 30 største selskapene basert på markedsverdier og inntekter sikrer vi at utvalget er omfattet av direktiv 2014/95/EU. Ved datainnsamling tok vi grunnlag i årsrapporter og bærekraftsrapporter, og kun gikk vekk fra disse ved direkte henvisning fra rapportene. Henvisningene kunne for eksempel være til Carbon Disclosure Project eller andre dokumenter publisert på selskapets hjemmeside. Datagrunnlaget er fra 2019, da vi ville sikre at alle rapportene var fra samme år, og ikke alle 2020 rapportene var publisert

enda ved undersøkelsens start. Selskapene analysert i klesbransjen omfatter flere morselskap, og de har kun publisert en felles rapport for alle selskapene under morselskapet. Ved analyse av grønnvasking tok vi kun utgangspunkt i bærekraftsrapporten, og hovedsakelig den delen som omhandlet miljø. Analysen omfattet følgende, totalt 30 selskaper:

**Tabell 1.** Tabellen viser alle selskapene inkludert i undersøkelsen

Olje- og gass-sektoren	IKT-sektoren	Klessektoren
Royal Dutch Shell	SAP	Inditex
BP	Accenture	H&M
Total	ASML Holding	Primark
Equinor	TE Connectivity	LVMH
Eni	NXP Semiconductors	C&A
Repsol	RELX	Marks & Spencer
OMV Group	Nokia	Next
PKN Orlen	Capgemini	JD Sports
Neste	Ericsson	Calzedonia
Galp Energia	ATOS	Adidas

## 5.4 Datainnsamling

Dette kapittelet har som formål å beskrive den vitenskapelige metode vi har valgt for å innhente data for å svare på vår problemstilling. Vi går ikke videre inn på de ulike metodene man kan velge her. Problemstillingen skal besvares ved hjelp av hovedsakelig to analyser, hvor begge baserer seg på en innholdsanalyse. En innholdsanalyse har som formål å systematisk beskrive dokumenter, tekst eller bilder på en kvantitativ og objektiv måte.

Metoden skal holdes objektiv ved å innføre regler som skal styre hvordan innholdet kategoriseres og på den måten sikre transparens og unngå partiskhet. Dette skal gjennomføres på en systematisk måte ved konsistent bruk av reglene. Kvalitetssikringen skal på den måten sikre at andre skal kunne bruke de samme reglene og komme frem til et sammenlignbart resultat. Metoden skal ende i kvantitative data med kilde i råmaterialet. (Bell & Bryman, 2011). I vårt tilfelle ønsker vi to fremgangsmåter ved valg av regler. Ved analyse av selskapenes bærekraftsrapportering bruker vi regler basert på eksisterende rammeverk i form av GRI som er basert på teori og med det følge en deduktiv eller "A priori" koding (Attia, 2020). "Kodingen" skal hjelpe oss å sikre en mer objektiv vurdering av selskapene enn ved kun en overordnet generell vurdering. Poeng utledes som en funksjon av prosentandel GRI krav oppfylt, og på denne måten sikret størst mulig grad av objektivitet.

Ved analyse av bruk av grønnvaskingsvirkemidler tar vi også utgangspunkt i teori, og bruker en gradert koding etter hvor stor grad virkemidlene er brukt. Her kommer en større grad av subjektivitet inn i bildet. For å sikre mindre partiskhet har vi benyttet oss av testing og revidering. Ved første test fant vi ut at kriteriene var for løst definert, og vi måtte gå tilbake å lage underkategorier med spesifikke kriterier. Vi benyttet gradering som i stor grad er basert på subjektivitet, men dette kunne blitt gjort mer objektivt ved å først lage kategoriene kvantifiserbare og deretter telle opp innholdet.

## **5.5 Definerings av poenggivning og kriterier**

### **5.5.1 Definerings av poenggivning: GRI analyse**

Analysen av bærekraftsrapportene er begrenset til å gjelde de emne-spesifikke standardene som omhandler den økonomiske, miljømessige og sosiale dimensjonen i GRI-rammeverket. Totalt utgjør dimensjonen 89 indikatorer (17 økonomiske, 32 miljømessige og 40 sosiale). Hver indikator har blitt tildelt en poengsum mellom 0 og 1 i analysen, ved at indikatoren er blitt vurdert på et prosentvis grunnlag. Maksimal oppnåelig poengsum er 89. Selskapene har fått 0 poeng dersom rapportene ikke tilfredsstillt noen av kravene i indikatoren. Dersom selskapet tilfredsstillt halvparten av kravene er 0,5 blitt gitt, og poengsummen 1 er blitt gitt dersom 100% av kravene i indikatoren er tilfredsstillt. Den prosentvise fordelingen av kravet

er avhengig av hvor mange underkategorier det det har, og hvordan vektingen av kravet er utformet. For eksempel, dersom innholdet i en rapport kun tilfredsstillt ett av de tre underpunktene i GRI 302-2 "Energiforbruk utenfor organisasjonen" har selskapet fått en score 0,33 på denne indikatoren.

Hvis kravet er utformet på en slik måte at underkriterium b. er avhengig av rapportert hendelse på a, er det gitt 0 eller 1 poeng avhengig av om a er rapportert, og hvilket tall. For eksempel:

**Disclosure 415-1**  
**Political contributions**

Reporting requirements

Disclosure 415-1

The reporting organization shall report the following information:

- Total monetary value of financial and in-kind political contributions made directly and indirectly by the organization by country and recipient/beneficiary.
- If applicable, how the monetary value of in-kind contributions was estimated.

**Figur 2.** (GRI, 2020a)

Dersom bedriften rapporterer null hendelser på kriterium a, har vi gitt 1 poeng selv om de ikke kan tilfredsstillt kriterium b da det er avhengig av a. I denne analysen har vi valgt å ikke ta hensyn til hva selskapene selv mener er relevant for sin bedrift. Vi argumenterer med at dersom noe ikke er relevant, kan man med enkelhet rapportere "0 hendelser", og på denne måten vise åpenhet og transparens.

Alle kravene i GRI-rammeverket er bygget opp med prinsipper og kvalitet og transparens. Vi ønsker derfor å bruke disse til å hjelpe oss med å si noe om kvaliteten på selskapenes bærekraftsrapporter. Under er kortversjonen av de "emnespesifikke" kravene brukt i analysen listet opp.



Figur 1. (GRI, 2020a)

### GRI 200 Økonomiske forhold

- 201 Economic performance**
  - 201-1 Direct economic value generated and distributed
  - 201-2 Financial implications and other risks and opportunities due to climate change
  - 201-3 Defined benefit plan obligations and other retirement plans
  - 201-4 Financial assistance received from government
- 202 Market Presence**
  - 202-1 Ratios of standard entry level wage by gender compared to local minimum wage
  - 202-2 Proportion of senior management hired from the local community
- 203 Indirect economic impact**
  - 203-1 Infrastructure investments and services supported
  - 203-2 Significant indirect economic impacts
- 204 Procurement Practices**
  - 204-1 Proportion of spending on local suppliers
- 205 Anti-corruption**
  - 205-1 Operations assessed for risks related to corruption
  - 205-2 Communication and training about anti-corruption policies and procedures
  - 205-3 Conformed incidents of corruption and actions taken
- 206 Anti-competitive behavior**
  - 206-1 Legal actions for anti-competitive behavior, anti-trust, and monopoly practices
- 207 Tax**
  - 207-1 Approach to tax
  - 207-2 Tax governance, control and risk management
  - 207-3 Stakeholder engagement and management of concern related to tax
  - 207-4 Country-by-country reporting

### GRI 300 Miljømessige forhold

- 301 Materials**
  - 301-1 Materials used by weight or volume
  - 301-2 Recycled input materials used
  - 301-3 Reclaimed products and their packaging materials
- 302 Energy**
  - 302-1 Energy consumption within the organization
  - 302-2 Energy consumption outside of the organization
  - 302-3 Energy intensity
  - 302-4 Reduction of energy consumption
  - 302-5 Reductions in energy requirements of products and services
- 303 Water and Effluents**
  - 303-1 Interactions with water as a shared resource
  - 303-2 Management of water discharge-related impacts
  - 303-3 Water withdrawal
  - 303-4 Water discharge
  - 303-5 Water consumption
- 304 Biodiversity**
  - 304-1 "Operational sites owned, leased, managed in, or adjacent to, protected areas and areas of high biodiversity value outside protected areas"

304-2 Significant impacts of activities, products, and services on biodiversity  
 304-3 Habitats protected or restored  
 304-4 IUCN Red List species and national conservation list species with habitats in areas affected by operations

**305 Emissions**

305-1 Direct (Scope 1) GHG emissions  
 305-2 Energy indirect (Scope 2) GHG emissions  
 305-3 Other indirect (Scope 3) GHG emissions  
 305-4 GHG emissions intensity  
 305-5 Reduction of GHG emissions  
 305-6 Emissions of ozone-depleting substances (ODS)  
 305-7 Nitrogen oxides (NOX), sulfur oxides (SOX), and other significant air emissions

**306 Waste**

306-1 Waste generation and significant waste-related impacts  
 306-2 Management of significant waste-related impacts  
 306-3 Waste generated  
 306-4 Waste diverted from disposal  
 306-5 Waste directed to disposal

**307 Environmental Compliance**

307-1 Non-compliance with environmental laws and regulations

**308 Supplier Environmental Assessment**

308-1 New suppliers that were screened using environmental criteria  
 308-2 Negative environmental impacts in the supply chain and actions taken

**GRI 400 - Sosiale forhold**

**401 Employment**

401-1 New employee hires and employee turnover  
 401-2 Benefits provided to full time-employees that are not provided to temporary or part-time employees  
 401-3 Parental leave

**402 Labour/Management relations**

402-1 Minimal notice period due to operational changes

**403 Occupational health and safety**

403-1 Occupational health and safety management system  
 403-2 Hazard identification, risk assesment and incident investigation  
 403-3 Occupational health services  
 403-4 Worker participation, consultation and communication on occupational health and safety  
 403-5 Worker training on occopational health and safety  
 403-6 Promotion of worker health  
 403-7 Prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business

relationship

403-8 Workers covered by an occupational health and safety management system  
 403-9 Work-related injuries  
 403-10 Work-related ill health

**404 Training and education**

404-1 Average hours of training per year per employee  
 404-2 Programs for upgrading employee skill and transition assistance programs  
 404-3 Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews

**405 Diversity and Equal Opportunity**

405-1 Diversity of governance bodies and employees  
 405-2 Ratio of basic salary and remuneration of women to men

**406 Non-discrimination**

406-1 Incidents of discrimination and corrective actions taken

**407 Freedom and association and collective bargaining**

407-1 Operations and suppliers in which the right to freedom of association and collective bargaining may be

at risk

**408 Child labor**

408-1 Operations and suppliers at significant risk for incidents of child labor

**409 Forced or compulsory labor**

409-1 Operations and suppliers at significant risk for incidents of forced or compulsory labor

**410 Security practices**

410-1 Security personnel trained in human rights policies or procedures

- 411 Rights of indigenous people**
  - 411-1 Incidents of violations involving rights of indigenous peoples
- 412 Human rights assessment**
  - 412-1 Operations that have been subject to human rights reviews or impact assessments
  - 412-2 Employee training on human rights policies or procedures
  - 412-3 Significant investment agreements and contracts that include human rights clauses or that underwent human rights screening
- 413 Local communities**
  - 413-1 Operations with local community engagement, impact assessments and development programs
  - 413-2 Operations with significant actual and potential negative impacts on local communities
- 414 Supplier social assessment**
  - 414-1 New suppliers that were screened using social criteria
  - 414-2 Negative social impacts in the supply chain and actions taken
- 415 Public policy**
  - 415-1 Political contributions
- 416 Customer health and safety**
  - 416-1 Assessment of the health and safety impacts of product and service categories
  - 416-2 Incidents of non-compliance concerning the health and safety impacts of products and services
- 417 Marketing and labeling**
  - 417-1 Requirements for product and service information labeling
  - 417-2 Incidents of non-compliance concerning product and service information and labeling
  - 417-3 Incidents of non-compliance concerning marketing communication
- 418 Customer privacy**
  - 418-1 Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data
- 419 Socioeconomic compliance**
  - 419-1 Non-compliance with laws and regulations in the social and economic area

(GRI, 2020)

### 5.5.2 Definerer av kriterier ved analyse av grønnvasking

For å finne tegn på grønnvasking er bærekraftsrapportene analysert ut ifra åtte overordnede kriterier. Disse kriteriene er plukket ut fra tidligere beskrevet litteratur om grønnvasking, samt egne erfaringer ved analyse av GRI. Noen av kjennetegnene på grønnvasking fra teorien ble valgt bort, da disse hadde vært svært vanskelig å verifisere. Dette inkluderer blant annet “falsk informasjon” og “decoupling”.

Valgte kriterier ble derfor brukt (1) “attention deflection”, (2) “social image bolstering”, (3) “selective disclosure” kombinert med “utelatelse av viktig informasjon for å vurdere påstanden”, (4) “påstand om miljøvennlig iboende egenskap i produkt, miljøvennlig prosess eller teknologi”, (5) “*påstand om assosiasjon med miljøengasjement med høy støtte blant konsumentene*”, (6) “*fremleggelse av faktisk påstand*”, (7) “*vage påstander*” og (8) “*bruk av villedende farger, bilder og ord*”. Da noen av kriteriene kan tolkes på ulike måter identifiserte vi en rekke kjennetegn og grupperte disse under overordnede kriterier. Dette



nærmere beskrevet i kapittel om kvalitative resultater grønnvasking og utledelse av indikatorer.

### **5.5.3 Definerings av poenggivning: Grønnvasking**

Grønnvaskingsanalysen er blitt gjennomført på de samme rapportene som GRI. Her har vi brukt en poengskala fra 0 til 3 da vi fant at teoriene om grønnvasking var vanskelig å definere nøyaktig nok og vi trengte et kodesystem. Ved test-forsøk ble det brukt en poengskala fra 0-2, men vi fant det mer hensiktsmessig å bytte til 0-3 for å tvinge frem et standpunkt under analysen. Ved analysen er det hele veien lagt vekt på ting som ikke allerede er dekket av GRI. Poengsummen reflekterer til hvilken grad virkemiddelet har blitt brukt i rapporten.

*0 poeng:* Virkemiddelet brukes ikke i rapporten

*1 poeng:* Virkemiddelet brukes i mindre grad i rapporten

*2 poeng:* Virkemiddelet brukes i større grad i rapporten

*3 poeng:* Virkemiddelet brukes i stor grad i rapporten

Når et selskap har fått 3 poeng på bruken av et virkemiddel er dette basert på en oppfatning av at innholdet i rapporten oppfyller alle underkriteriene for virkemiddelet, og at virkemiddelet er brukt i stor grad. For eksempel ved selective disclosure vil 3 poeng bety at rapporten ikke redegjør for selskapets negative miljøpåvirkning overhodet og bruker i stor grad eksempler eller skriver ting i som er vanskelig å skjønne omfanget av.

Fikk selskapet 2 poeng er dette basert på en oppfatning av at man tydelig kan se at virkemiddelet er brukt i ganske stor grad. For selective disclosure betyr 2 poeng at selskapet anerkjenner at de har en negativ miljøpåvirkning, men de greier i liten grad å redegjøre for konsekvensene. Det er lettere å forstå omfanget av eksemplene som brukes eller ting som skrives.

Når det er gitt 1 poeng er virkemiddelet brukt i liten grad. For selective disclosure betyr dette at selskapet i stor grad anerkjenner og redegjøre for deres negative miljøpåvirkning, men de gir ikke en fullstendig beskrivelse av hvilke effekter de ulike miljøtiltakene har. Det

er i stor grad mulig å se en sammenheng mellom bruken av eksempler og selskapet resultater.

Ved 0 poeng er virkemiddelet ikke brukt, eller i ubetydelig omfang.

## **5.6 Metodisk kvalitet**

### **5.6.1 Reliabilitet**

Reliabiliteten til en undersøkelse avgjøres av hvor konsekvente målingene er. Reliabiliteten bestemmes av (1) stabiliteten, (2) den interne reliabiliteten, (3) og inter-observatør konsistensen (Bell & Bryman, 2011). Stabiliteten bestemmes av hvor konsekvente resultatene blir ved en re-test. En re-test for stabilitet ble gjennomført på to selskaper, hvor vi fant relativt stort samsvar mellom ny og gammel test.

#### ***Re-test nr. 1 (Adidas)***

*Ny test, antall poeng: 18,94 av 89*

*Gammel test, antall poeng: 22,42 av 89*

#### ***Re-test nr 2 (TE Connectivity)***

*Ny test, antall poeng: 11,1 av 89*

*Gammel test, antall poeng: 13,15 av 89*

Videre bestemmes reliabiliteten av indre reliabilitet, og her har vi valgt å ta utgangspunkt i den kvalitative fremgangsmåten, som innebærer at flere enn én forsker har bekreftet enighet om resultatene (Bell & Bryman, 2011). Dette har vi delvis møtt ved at fire selskaper ble analysert av begge forfatterne, for å bekrefte at resultatet ble sammenlignbart. Resultatene av disse fire testene skiltes med 1-2% prosentpoeng fra hverandre. Dette etter at det ble foretatt en revisjon av indikatorer hvor det ble gitt vesentlig forskjellig score. Her ble det avdekket at det i noen få tilfeller ble det gitt 0 av en forfatter og 1 av en annen forfatter, og vi mener dette skyldes en svakhet i undersøkelsen ved at informasjonen ikke ble funnet av den som gav 0 poeng grunnet store mengder informasjon. Vi går ikke i detalj inn på inter-observatør konsistensen, men vi kan bekrefte at vi har observert noen små

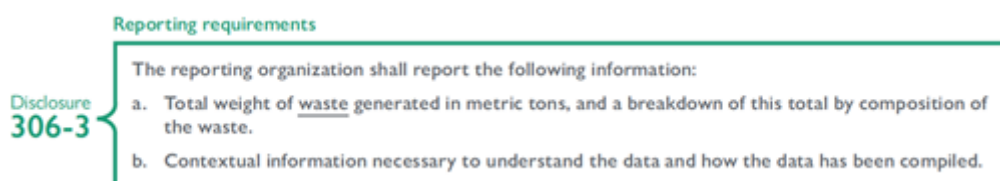
forskjeller i hvordan forfatterne har gitt poeng, men vi mener dette er uten betydning for de overordnede resultatene, da sektorene er splittet likt mellom forfatterne.

### 5.6.2 Replikering

Oppgavens repliserbarhet er styrket ved at både GRI-rammeverket og bedriftenes rapporter er offentlig tilgjengelig, samt at våre metoder og fremgangsmåter er grundig beskrevet.

### 5.6.3 Validitet

Ved å undersøke kvaliteten på europeiske selskapers bærekraftsrapporter må man spørre seg om GRI indikatorer er den beste måten å måle kvaliteten. Vi argumenterer for at dette er en valid måte å måle kvaliteten på ved at GRI er den mest brukte standarden, (Bartels *et al.*, 2020), som også styrkes av funnene våre da 25 av 30 rapporterer etter GRI, metoden er utprøvd før, og vi mener det skulle være mulig å score poeng selv om standardene ikke er fulgt. Et eksempel på dette er f.eks GRI 306-3, og NOKIA som har oppnådd en god score uten å rapportere etter GRI.



Figur 3 (GRI, 2020a)

Ved at vi har tatt utgangspunkt i de ti største selskapene, kan man så tvil om resultatenes generaliserbarhet da vi ikke undersøker noen forskjeller i størrelsen på selskaper. Vi mener likevel at resultatene til en viss grad kan generaliseres på tvers av bransjer, som møter krav om ekstern validitet i kvalitativ analyse.

En svakhet med oppgaven kan selvfølgelig være at analysen er gjennomgått manuelt. Store mengder informasjon er undersøkt, og informasjon kan derfor ha blitt oversett. Vi mener likevel den interne validiteten er god da hovedfunnene våre samsvarer med resultater fra

tidligere undersøkelser. Videre åpner rammeverkets kompleksitet opp for en viss grad av subjektivitet under analysen.

Når det kommer til grønnvaskingsanalysen er en empirisk svakhet ved oppgaven at det er kun en mindre del av selskapenes kommunikasjon som er inkludert i analysegrunnlaget. Dette kan føre til at vi ikke får et fullstendig bilde av grønnvaskingen.

## **5.7 Etske vurderinger**

I dette studie har vi ikke behandlet personopplysninger, og har derfor ikke hatt meldeplikt til Personvernombudet. Selv om vi kun har benyttet offentlige dokumenter til analysering har vi under hele prosessen hatt fokus på å ivareta etske hensyn. Ved å kunne vike fra årsrapporter og bærekraftsrapporter ved direkte henvisninger fra rapportene eller GRI indeksene, har vi sikret at andre kan gjennomføre samme analyse med likt datamateriale, og dermed se at vi ikke har jukset med resultatene. Videre har vi fokusert på at undersøkelsen skal være mest mulig objektiv og å unngå partiskhet.

## 6. Resultater

I dette kapitlet vil vi gjennomgå de empiriske funnene gjort ved analyse av bærekraftsrapportene. For å gi en ryddig fremstilling vil vi først presentere resultatene av hvordan sektorene har scoret i GRI analysen. Vi vil kun presentere de gjennomsnittlige poengsummene som er gitt i de økonomiske, miljømessige og sosiale dimensjonene da dette er fokuset i oppgaven. I drøftelsen vil vi se nærmere på de spesifikke indikatorene innenfor dimensjonene. Videre presenteres de kvalitative og kvantitative resultatene fra grønnvaskingsanalysen.

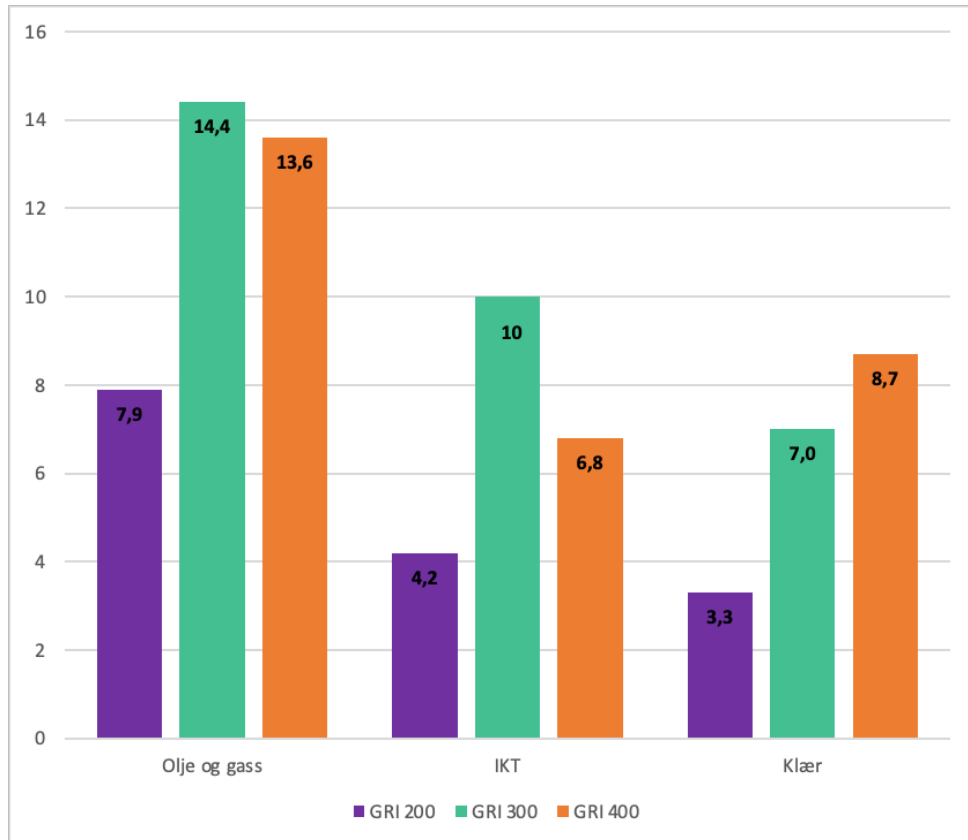
### 6.1 Analyseresultater GRI

Hver bærekraftsrapport kunne totalt oppnå 89 poeng. Innen den økonomiske, miljømessige og sosiale dimensjonen var det mulig å oppnå henholdsvis 17, 32 og 40 poeng. Tabellen under viser den prosentvise gjennomsnittlige score i hver sektor.

**Tabell 2.** Tabellen viser selskapets gjennomsnittlige score etter GRI-rammeverket. Høy score tilsvarer stor grad av GRI-krav oppfylt, lav score tilsvarer liten grad av GRI krav oppfylt.

<b>Olje og gass</b> (Gjennomsnittlig score i sektor (%))	<b>IKT</b> (Gjennomsnittlig score i sektor (%))	<b>Klær</b> (Gjennomsnittlig score i sektor (%))
<b>40%</b>	<b>24%</b>	<b>21%</b>

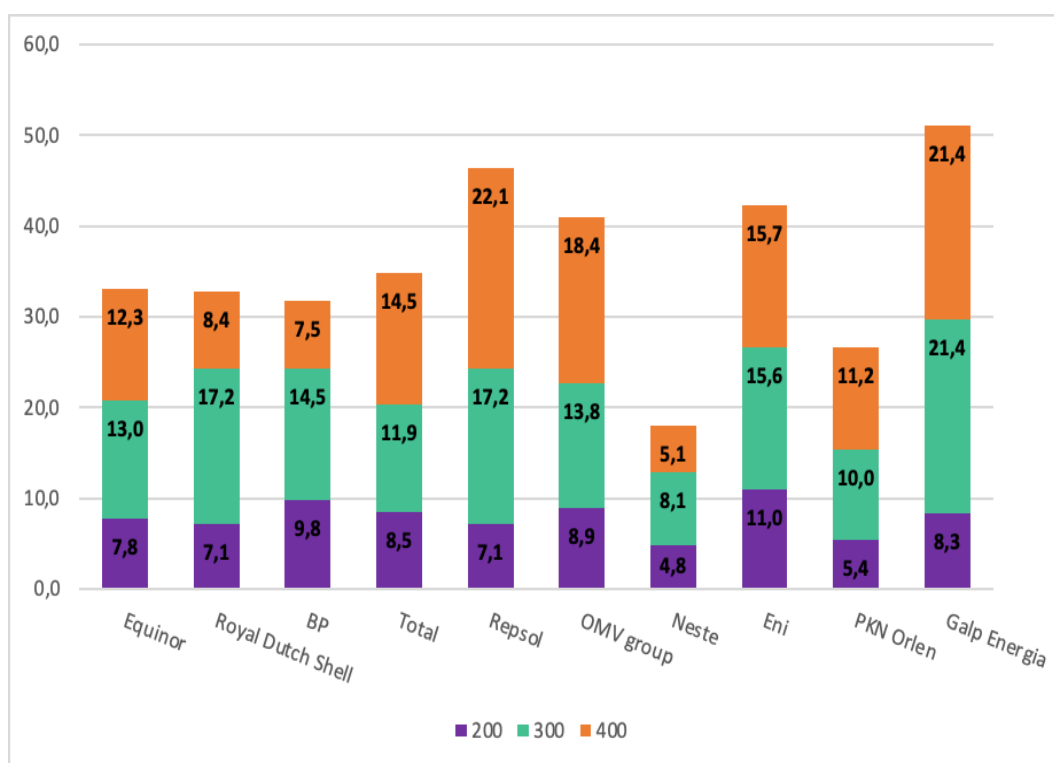
Totalt sett var det olje og gass-sektoren som scoret høyest. I gjennomsnitt scoret de 35,8 poeng, og tilfredsstillt dermed 40% av kravene i GRI indikatorene. IKT tilfredsstillt i gjennomsnitt 24% av kravene, og fikk en gjennomsnittlig score på 21,1 poeng. Dårligst ut kom klessektoren som kun tilfredsstillt 21% av kravene med en gjennomsnittlig score på 18,9 poeng. Hvordan poengfordelingen er i forhold til de ulike dimensjonen vises i diagram 1.



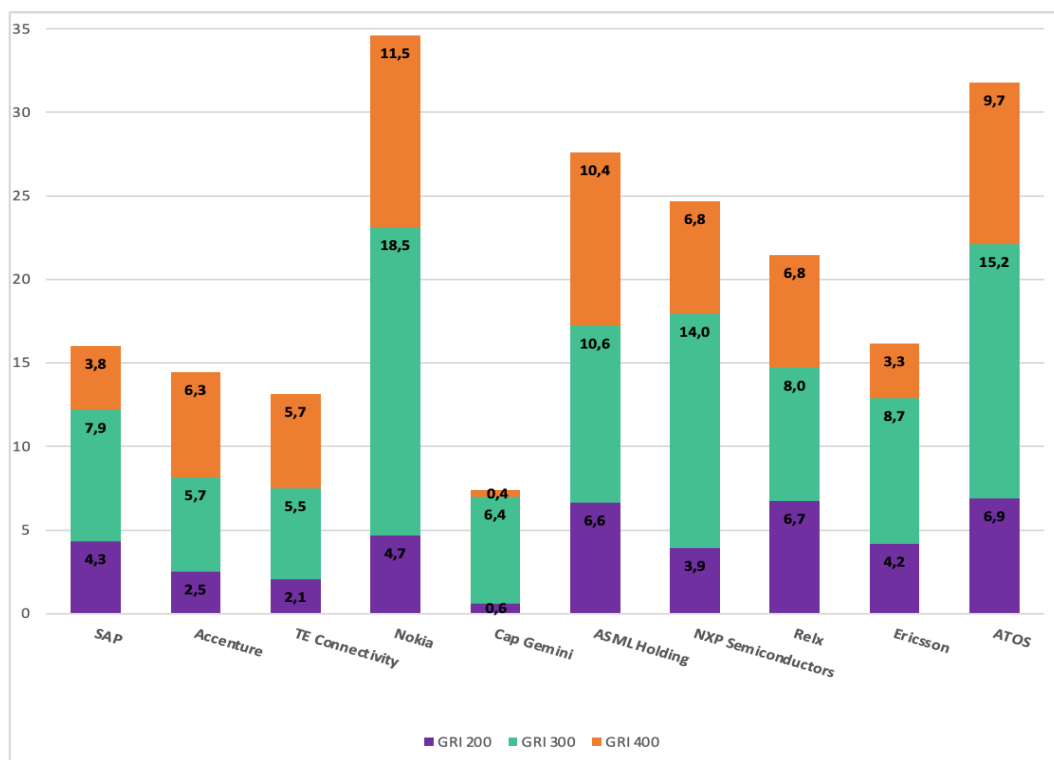
**Diagram 1.** Diagrammet viser resultatene til selskapene fordelt på sektor og emne-spesifikke krav. Y-aksen er antall poeng. GRI 200 maks 17 poeng, GRI 300 maks 32 poeng, GRI 400 maks 40 poeng.

Olje- og gass-sektoren skiller seg ut i analysen. Som vi ser i diagrammet over scorer de høyest innenfor samtlige av dimensjonene. IKT gjør det dårligst innen den sosiale dimensjonen med en gjennomsnittlig score på 6,8 poeng, hvilket utgjøre 17% av de 40 poengene som det er mulig å oppnå. IKT gjør det 50% dårligere enn olje og gassektoren som i sammen dimensjon scorer 13,6 poeng. Klesbransjen scorer lavest innenfor både den økonomiske og den miljømessige dimensjonen. Her scorer de i gjennomsnitt henholdsvis 3,3 poeng og 8,7 poeng. Sammenliknet med olje og gassektoren tilfredsstillter klesbransjen 58,2% færre krav innen den økonomiske dimensjonen og 51,2% færre krav innen den miljømessige dimensjonen. Som vi vil se nærmere på under gir det utslag i gjennomsnittsmåling at det er noen betydelige forskjeller i rapporteringen innad i sektorene.

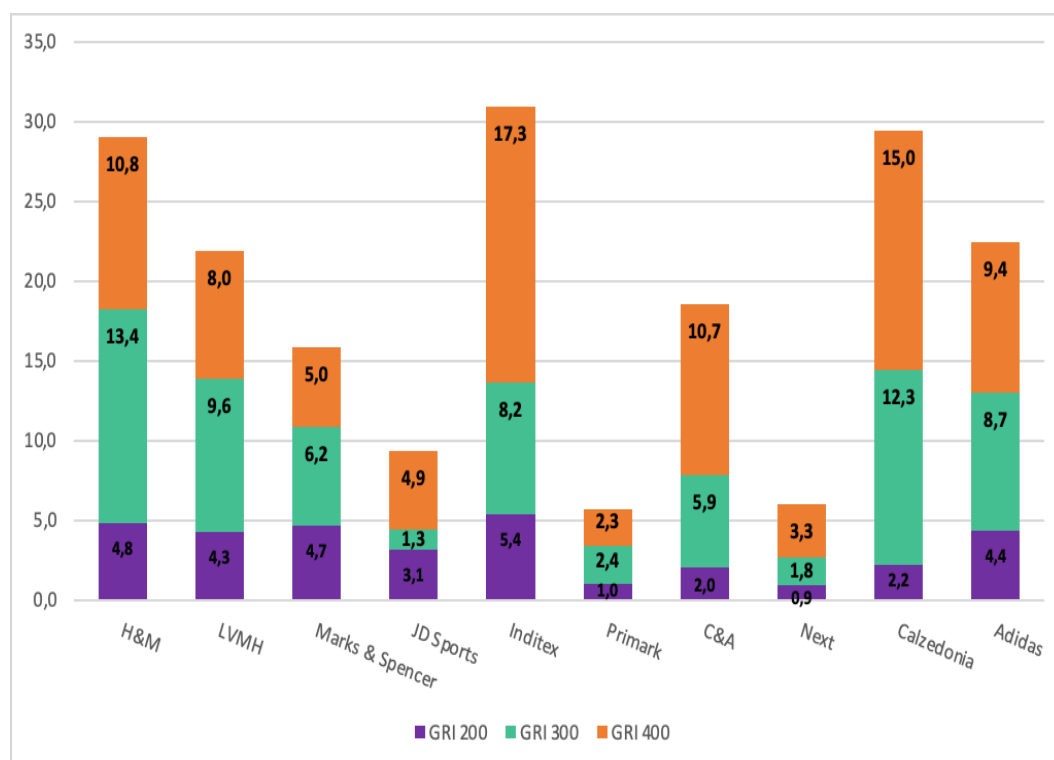
Diagrammene under viser hvordan hvert enkelt selskap har scoret i de tre dimensjonene.



**Diagram 2. Olje- og gass-sektoren.** Summen viser antall poeng i de tre dimensjonene, GRI 200 (økonomiske forhold), GRI 300 (miljømessige forhold) og GRI 400 (sosiale forhold) i olje- og gass-sektoren.



**Diagram 3. IKT sektoren.** Summen viser antall poeng i de tre dimensjonene, GRI 200 (økonomiske forhold), GRI 300 (miljømessige forhold) og GRI 400 (sosiale forhold) i IKT-sektoren.



**Diagram 4. Klessektoren.** Summen viser antall poeng i de tre dimensjonene, GRI 200 (økonomiske forhold), GRI 300 (miljømessige forhold) og GRI 400 (sosiale forhold), i klessektoren.



Diagrammene over viser at olje- og gass-sektoren jevnt over scorer høyere på sin rapportering enn IKT- og klessektoren. De scorer både høyere og har mindre variasjon i poengfordeling, sammenliknet med de to andre sektorene. Sett individuelt er det olje- og gass-selskapet Galp Energia som scorer høyest med 51,1 poeng, mens klesselskapet Primark scorer lavest med 5,7 poeng. Galp Energia scorer i sin sektor høyest innenfor både den miljømessige og den sosiale dimensjonen. De scorer 21,4 poeng i begge dimensjonene. Primark scorer derimot kun 2,3 poeng i den sosiale dimensjon. I den miljømessige dimensjonen scorer de 2,4 poeng, hvilket er 1,1 poeng høyere enn klesselskapet JD Sport som scorer lavest innen denne dimensjonen. Av Galp Energia og Primark er det kun Galp Energia som har brukt GRI Standards til å utarbeide sin bærekraftsrapport.

Standardavvikene til sektorene er relativt like. Olje og gass-sektoren har det høyeste standardavviket på 9,2, mens IKT har det lavest standardavviket på 8,6. Klessektoren har et standardavvik på 9,1. Standardavvik på rundt 9 indikerer at det er større avvik fra den gjennomsnittlige scoren i hver sektor. Se tabell 3. Naturlig nok vil standardavviket være høyere i olje og gass-sektoren siden de har scoret flere poeng. I dette tilfellet vil derfor standardavviket gi et uklart bilde av spredningen innad i sektorene. Også variasjonsbredden er høyest innenfor olje og gass-sektoren. Som nevnt over er det Galp Energia som totalt sett scorer høyest i GRI analysen med 51,1 poeng. Selskapet som i samme bransje scorer lavest er Neste med 17,9 poeng. Dette gir en variasjonsbredde på 33,2 poeng. For IKT- og klesbransjen er variasjonsbredden på henholdsvis 27,2 og 25,3 poeng. Selskapene i IKT- og klessektoren har fått færre poeng, og det er derfor ikke unaturlig variasjonen er lavere i de sektorene. Dette viser at også variasjonsbredden er et uegnet spredningsmål å bruke når man ser på hvilken sektor som ligger lengst fremme innenfor bærekraftsrapportering.

I utvalg på 10 selskaper vil enkeltelskaper ha betydelig innvirkning på det gjennomsnittlige resultatet. Olje og gass-sektoren scorer i gjennomsnitt høyest innenfor alle dimensjonen, men dette reflekteres ikke i variasjonsbredden. Neste med en score på 17,9 trekker ned gjennomsnittet. For å se at olje og gass jevnt over scorer høyest, vil kvartilbredden være en mer egnet indikator. Ved å ekskludere de selskapene som skiller seg mest ut fra gjennomsnittet ser man at olje og gass-sektoren har den laveste spredningen innad. De har

en kvartilbredde på 9,9, mens IKT- og klessektoren har kvartilbredder på henholdsvis 13,1 og 16,1. Kvartilbredden er i dette tilfellet derfor et mer egnet spredningsmål for å si noe om variasjonen innad i de utvalgte sektorene.

**Tabell 3.** Tabellen viser spredningsmålene standardavvik, variasjonsbredde og kvartilbredde innenfor olje og gass-, IKT- og klessektoren

	Olje og gass	IKT	Klær
Standardavvik	9,2	8,6	9,1
Variasjonsbredde	33,2	27,2	25,3
Kvartilbredde	9,9	13,1	16,4

## 6.2 Analyseresultater grønnvasking - Kvalitativ analyse

Ved analyse av bedriftenes bærekraftsrapportering gjorde vi oss noen observasjoner som bygget videre på de ulike definisjonene og teoriene av grønnvasking, som vi valgte å ta videre i analysen. Disse ble deretter kategorisert under eksisterende teori. Det første vi la merke til under GRI analysen var at mange av bedriftene ofte la stor vekt på mål og visjoner fremfor faktiske tall. Dette gjorde det til tider vanskelig å skille mellom de to, samt at målene ofte var svært langt frem i tid. Et eksempel på dette er BP som bruker flere sider på å fremlegge BP's mål om å nå "net zero" innen 2050 (*Energy With Purpose - BP Sustainability Report 2019*, s. 4 og 18). I tillegg til at de legger mye vekt på et mål som er relativt langt frem i tid, er det også vanskelig å få grep om hvordan de faktisk skal nå målet. Vi valgte derfor å inkludere indikatoren (A) *overdrevet fokus på mål og visjoner*. Vår neste indikator kom som en forlengelse av indikator A i søken etter å forstå hvordan målene skulle nås. En gjenganger var å legge stor vekt på tiltak som virker ubetydelige i det store bildet, for eksempel bytte av lyspærer i butikker, eller overdrevet fokus på egen bedrift, fremfor forsyningskjeden. Et eksempel på dette er selskaper som har lagt stor vekt på reduserte utslipp med bedre "flaring"-teknologi, som kan virke ubetydelig i det store bildet (eksempel: *Universal Registration Document - Total*, 2019). Vi fant også eksempler på selskaper som

avledet oppmerksomheten bort fra seg selv, ved å vise til at de største utslippene kom ved bruk av produktene, og ikke ved produksjon (eksempel: *People & Planet Report 2019 - Nokia*, 2019). I BP sin fremleggelse av tiltak mot å nå “Net zero” beskriver de hvordan de oppfordrer egne ansatte til å redusere utslipp ved å reise mindre og bruke mindre energi i hjemmet. Videre beskriver de at de fremover ønsker å bruke mer ressurser på lobbyvirksomhet for økt karbonprising. (*Energy With Purpose - BP Sustainability Report 2019*, s. 19). Vi setter spørsmålstegn ved at dette er tiltak av betydning for BP, både mtp. omfanget, men også om ikke dette kan gå på tvers av BP’s overordnede strategi. Vi valgte derfor å inkludere indikator (B) *overdrevet fokus på irrelevante eller ubetydelige tiltak*. Videre inkluderte vi indikatoren (C) *overdreven bruk av henvisning til standarder og sertifiseringer*. En gjenganger her var blant annet et overdrevet fokus på SDG. Men også henvisning, ofte på en visuell måte, til sertifiseringer uten noen videre forklaring om betydningen. Videre fant vi mye bruk av (D) *case og eksempler*. Grunnen til at vi valgte å inkludere denne var at vi ofte fant det vanskelig å skille mellom den faktiske rapporteringen, og hva som kun var inkludert som eksempler i rapporten. Med andre ord var det vanskelig å oppfatte omfanget av det implementerte tiltaket eller resultatet. Et eksempel på dette er noen av IKT selskapene brukte mye case og eksempler på hvordan de hjelper kundene mot å bli mer miljøvennlige, og på den måten setter seg selv på utsiden av problemet. Videre inneholdt noen av rapportene informasjon som var vanskelig å forstå, og vi fikk inntrykk av at informasjonen var ment for (E) *fagpersonell*, (F) *tåkelagt på en måte som gjorde den vanskelig å forstå*, (G) *benchmark mangler*, eller (H) *vanskelig å finne ønsket informasjon*. Sistnevnte var Shell et godt eksempel på. Det tok flere dager på å finne ønsket informasjon, da den var spredd over flere rapporter og nettsider. Sist valgte vi å inkludere indikatorer som gikk på det visuelle. Disse var (I) *bruk av farger*, (J) *bruk av misvisende, antydende eller irrelevante bilder*, samt (K) *misvisende grafer*. Vårt initielle inntrykk var at de fleste selskapene var ganske oppmerksomme i bruken av dette virkemiddelet, men også at dette er et kraftfullt virkemiddel i samsvar med undersøkelsen til Kassins og Panayiotou (Kassinis & Panayiotou, 2018). Et eksempel på hva vi mener kategoriserer som uheldig bruk av bilder fant vi blant annet i Neste under “governance” seksjonen bilde av to eldre, glade mennesker i en grønn kajakk (*Faster, bolder and together - Neste Annual Report, 2019*, s.71) og i Equinors rapportering av menneskerettigheter som bestod av en graf med uadskillelige farger og tvetydig tolkningsmuligheter (*Equinor Sustainability Report, 2019*, s 47). Vi vil

presisere til slutt at alle disse indikatorene må ses i kontekst med den overordnede rapporten. Disse ble deretter fordelt i de ulike indikatorene vi fant i teorien. Oversikt over endelig rammeverk brukt i analysen ses i oversikt under. Indikatorene merket med bokstav er våre egne indikatorene, mens indikatorene merket med tall kommer fra tidligere litteratur.

**(1) Attention deflection** (Marquis & Toffel, 2012)

**(A)** Overdrevet fokus på mål og visjoner.

**(B)** Overdrevet fokus på irrelevante eller ubetydelige tiltak

**(2) Social image bolstering** (Marquis & Toffel, 2012)

**(C)** Overdreven bruk av henvisninger til standarder og sertifiseringer uten forklaringer

**(D)** Mye bruk av "case" og eksempler: som "krydder" i rapporten. Omfanget er utelatt.

**(Fra teorien):** Bruk av veldedighet

**(3) selective disclosure** (Marquis & Toffel, 2012)

**(Fra teorien):** Utelatelse av viktig eller relevant informasjon for å vurdere påstanden

(Carlson et al., 1993)

**(Fra teorien)** Redegjør ikke for negative konsekvenser av drift på samfunn og miljø (Marquis & Toffel, 2012)

**(4) Påstand om miljøvennlig iboende egenskap i produkt, miljøvennlig prosess eller teknologi**

(Carlson et al., 1993)

**(5) Påstand om assosiasjon med miljøengasjement med høy støtte blant konsumentene.**(Carlson et al., 1993)

**(6) Fremleggelse av faktisk påstand.**(Carlson et al., 1993)

**(7) Vage påstander** (Carlson et al., 1993)

**(E)** Informasjonen er vanskelig å forstå med mindre du er fagkvalifisert

**(F)** Tåkelegging, vanskelig å få grep om hva de beskriver/forklarer, utydelig.

**(G)** Mangel på benchmark. Eksempelvis hva deres del av verdens totale utslipp er

**(H)** Vanskelig å finne og sammenligne informasjon

**(8) Bruk av villedende tekst, bilder, ord eller farger som ikke er relevant:** (Kassinis & Panayiotou, 2018)

**(I)** bruk av farger (spesielt blå og grønn)

**(J)** Misvisende grafer

**(K)** Antydende bilder

### 6.3 Analyseresultater grønnvasking - kvantitativ analyse

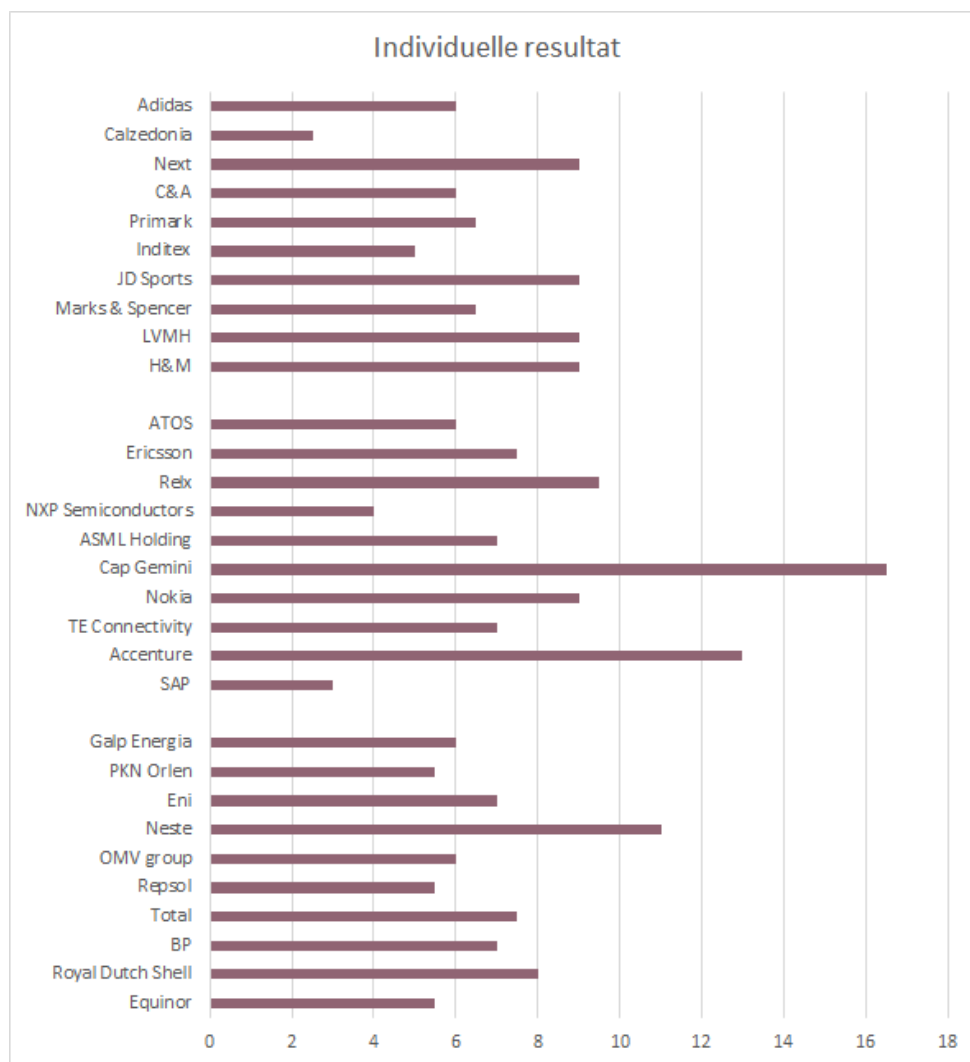
Totalt mulige og dårligste score var 24 poeng. Olje og gass-sektoren scoret i gjennomsnitt 6,9 poeng, IKT scoret i gjennomsnitt 8,3 poeng og Klesbransjen scoret i gjennomsnitt 6,85 av 24 mulige poeng. IKT bransjen kommer dermed dårligst ut og klessektoren kommer marginalt best ut dersom vi sammenligner det totale gjennomsnittlige resultatet.

**Tabell 4.** Tabellen viser gjennomsnittlig poengsum i grønnvaskingsanalyse i hver sektor. Høy poengsum tilsvarer stor bruk av grønnvaskingsvirkemidler, og lav poengsum tilsvarer liten bruk av virkemidlene.

Olje og Gass	IKT	Klær
6,9/24	8,3/24	6,85/24

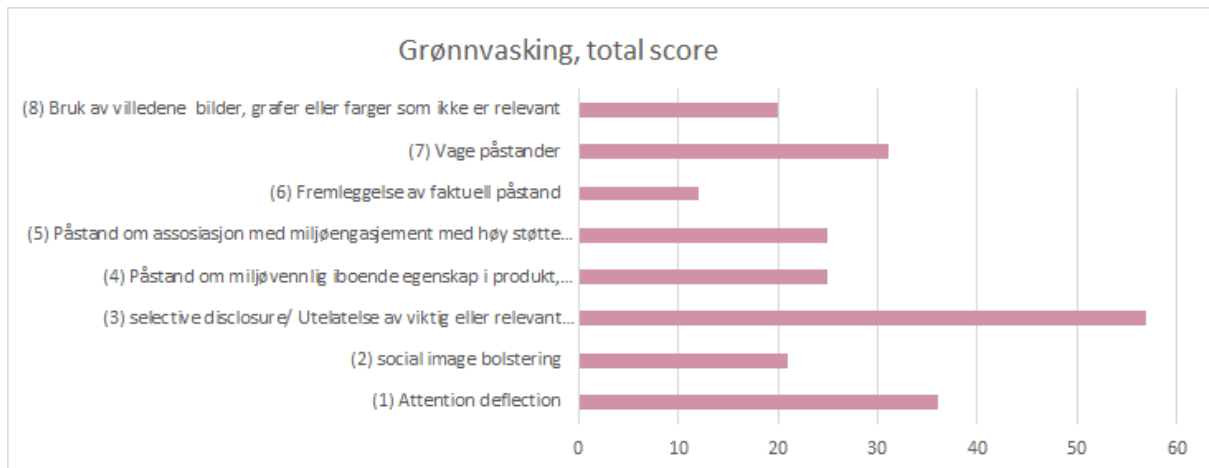
Sett individuelt er det også selskap fra klessektoren som kommer best ut. Calzedonia scorer bare 2,5 av 24 mulige poeng, mens Cap Gemini i IKT sektoren skiller seg negativt ut med 16,5 av 24 mulige poeng. IKT-bransjen stiller også med nest dårligste score fra Accenture med 13 poeng.

Generelt kan vi se at olje og gass-sektoren er ganske jevnt over like, med et standardavvik på 1,7. Litt større forskjeller i klessektoren med et standardavvik på 2,2. Størst forskjell finner vi i IKT-bransjen med et standardavvik på 4. Disse forskjellene samsvarer også med vår oppfattelse under analysen. Se diagram 5 for hvert selskaps resultater.



**Diagram 5.** Diagrammet viser selskaperes individuelle resultater. Høy poengsum tilsvarer stor bruk av grønnvaskingsvirkemidler, og lav poengsum tilsvarer liten bruk av virkemidlene.

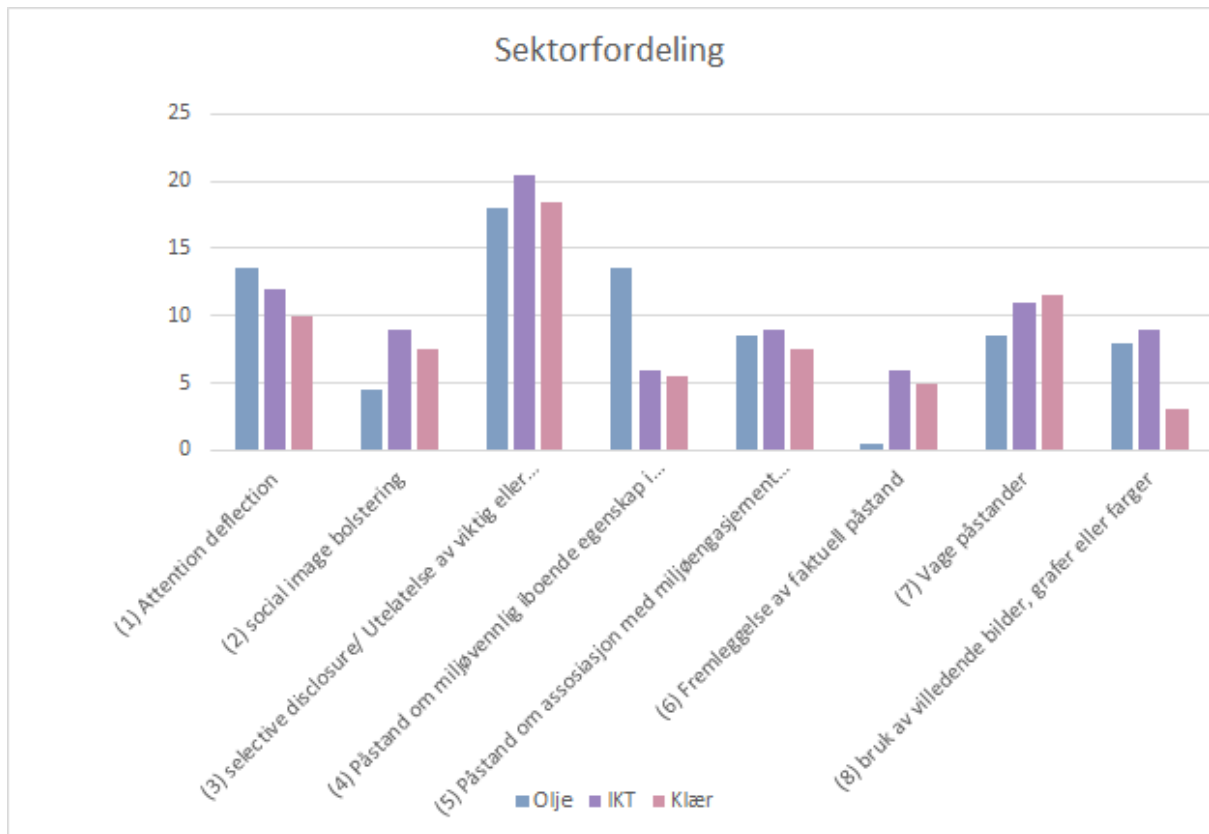
Ved analyse av bedriftens bevissthet rundt grønnvasking fant vi at det desidert mest brukte virkemiddelet dreier seg om selektiv avsløring, hvor selskapene scoret totalt 57 av 90 mulige poeng. Dette kom hovedsakelig av at svært mange av selskapene har unnlatt å redegjøre for sin negative innvirkning. Videre ble virkemiddelet "attention deflection" brukt nest mest med 36 av 90 mulige poeng. Det minst brukte virkemiddelet fra (6) fremleggelse av faktisk påstand med bare 12 av 90 mulige poeng. Bruk av villedende bilder og farger ble brukt i relativt liten grad, og selskapene scoret totalt 20 av 90 poeng. Se diagram under for oversikt.



**Diagram 6.** Diagrammet viser selskapenes bruk av virkemidlene. Høy poengsum tilsvarer stor bruk av grønnvaskingsvirkemidler, og lav poengsum tilsvarer liten bruk av virkemidlene.

Ser vi nærmere på Cap Gemini som fikk testens dårligste score, scoret de undersøkelsens eneste 3`ere på testens totalt sett *minst brukte virkemidler*, (8) bruk av villedende bilder, grafer eller farger, samt (6) fremleggelse av faktisk påstand.

Ved undersøkelse av sektorens bruk av virkemidlene er trenden nokså lik på tvers av sektorene. Oljeselskapene skiller seg ut ved liten bruk av (6) Fremleggelse av faktisk påstand, samt stor bruk av (4) Påstand om miljøvennlig iboende egenskap i produkt, miljøvennlig prosess eller teknologi. Dette er relativt sett til de sektorene. Klesbransjen skiller seg positivt ut ved bruk av virkemiddelet (8) bruk av villedende bilder, grafer eller farger.

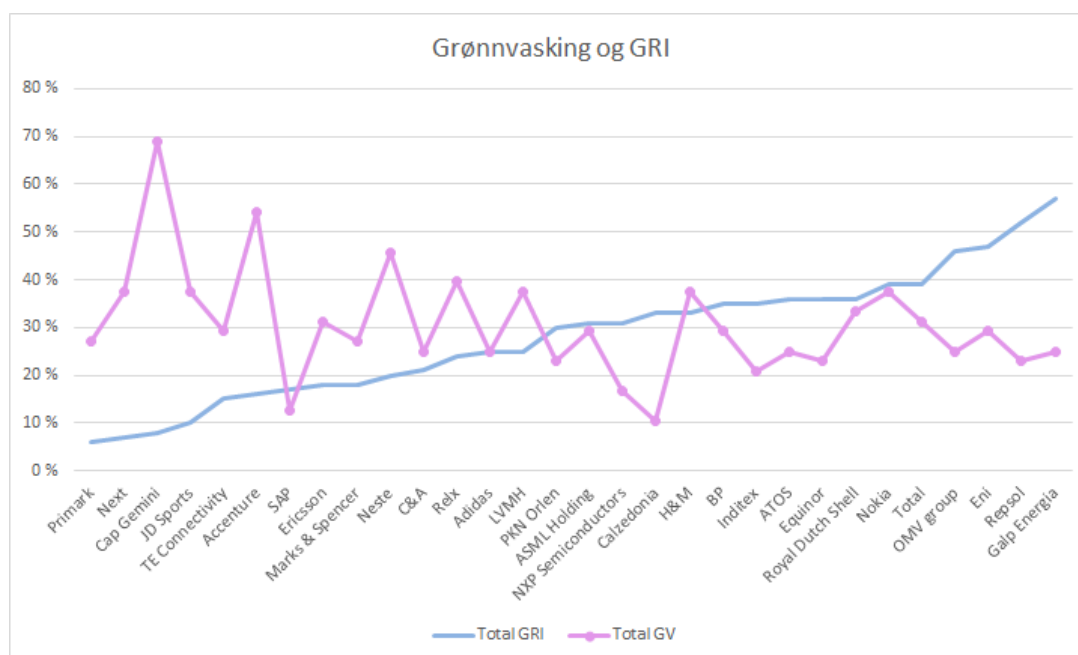


**Diagram 7.** Diagrammet viser selskapenes bruk av virkemidlene fordelt på sektor. Høy poengsum tilsvarer stor bruk av grønnvaskingsvirkemidler, og lav poengsum tilsvarer liten bruk av virkemidlene.



## 6.4 GRI og grønnvasking

Ved sammenligning av resultater fra GRI analysen og grønnvaskingsanalysen observerte vi en svak negativ sammenheng mellom de to som gav en korrelasjon på -0,4.



**Diagram 8.** Grafen viser selskapenes GRI resultater sammenstilt med selskapenes grønnvaskingsresultater.

Sammenligner vi korrelasjonen mellom sektorene, finner vi den høyeste sammenhengen mellom rapportering på GRI og bruken av i olje og gass-sektoren med en negativ korrelasjon på -0,63. Dette skyldes i hovedsak en utligger, og ved å ikke inkludere denne får vi en ganske svak korrelasjon i olje og gass-sektoren på ca -0,2.

**Tabell 5.** Viser korrelasjonen mellom resultater på GRI analysen og resultater på grønnvaskingsanalysen.

Olje og gass (korrelasjon mellom GRI og GV)	IKT (korrelasjon mellom GRI og GV)	Klær (korrelasjon mellom GRI og GV)
-0,63	-0,46	-0,44

## 7 Drøfting

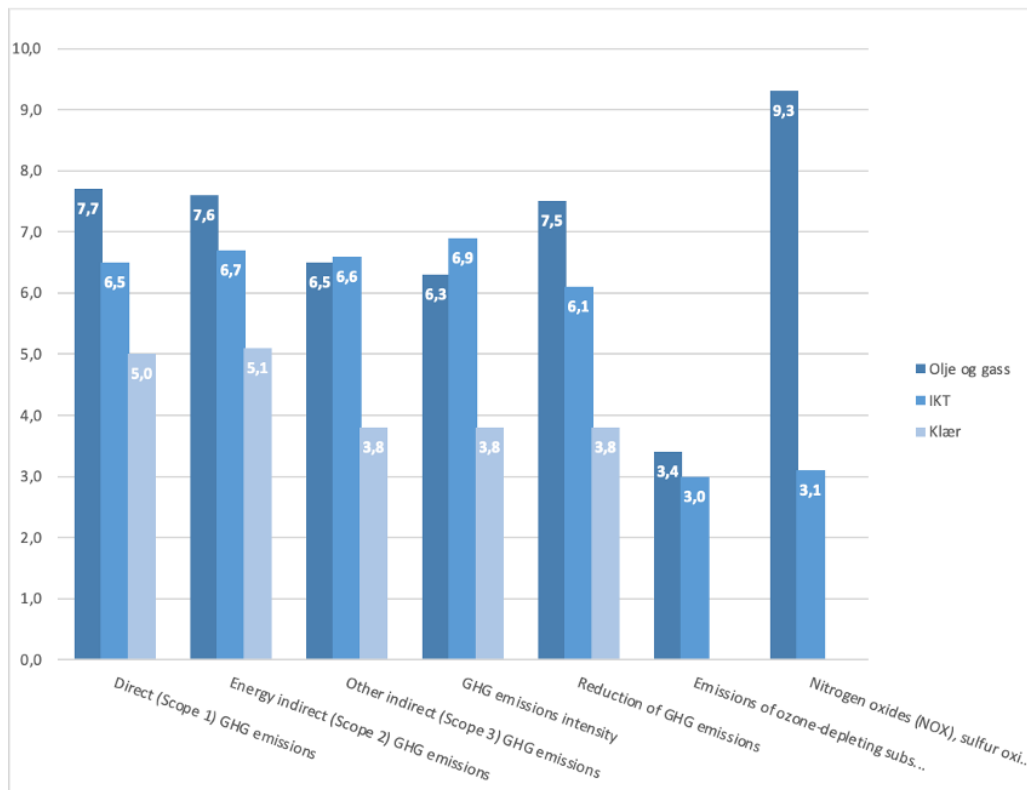
### 7.1 Forskningsspørsmål 1

*“Er det stor forskjell i rapporteringsgraden til sektorene i den miljømessige dimensjonen?”*

Diagram 1 viser at de tre sektorene gjør det relativt ulikt innenfor den miljømessige dimensjonen. Olje- og gass har en gjennomsnittlig rapporteringsgrad på 45% innen miljø, mens IKT-sektoren oppnår 31%, og klessektoren kommer dårligst ut med 21%. Både olje og gass- og klessektoren er begge regnet som utslippstunge sektorer og har vært gjenstand for kritikk, og det er derfor overraskende at klessektoren ikke oppnår en høyere rapporteringsgrad. Spesielt overraskende er det at klessektoren ikke scorer høyere innenfor indikatorene knyttet til både klimagassutslipp og vannforbruk. Innenfor de ulike temaene knyttet til den miljømessige dimensjonen scorer olje og gass høyest på 6 av 7. Innenfor GRI 302 Energi scorer IKT-sektoren til sammen 3 poeng mer enn olje og gass. Diagram 2 viser at poengsummene som er gitt innenfor den miljømessige dimensjonen er mye jevnere fordelt blant olje- og gasselskapene, sammenliknet med selskapene i de to andre sektorene. Vi vil i denne drøftelsen hovedsakelig fokusere på poengsummene gitt innenfor vannforbruk, klimagassutslipp og biologisk mangfold.

Over en lengre periode har olje og gass fått mye kritikk for å ha et stort klimaavtrykk, og den kritikken er blant annet rettet mot deres store klimagassutslipp. For å nå målene i Parisavtalen er en rekke sektorer nødt til å kutte sine utslipp, og dette gjelder spesielt olje- og gassnæringen. I 2015 sto aktiviteter knyttet til olje og gass for 9% av det menneskeskapte klimagassutslippet. I tillegg til at drivstoff sto for 33% av utslippene (Beck *et al.*, 2020). Disse tallene viser at selskapene har en lang vei å gå for å nå målene. Samtidig ser vi i vår analyse at olje- og gasselskapene er de som viser største åpenheten knyttet til utslipp. Det er syv indikatorer knyttet til GRI 305 Klimagassutslipp. Olje og gass har en rapporteringsgrad på 68,8%. En mulig grunn til at de scorer høyt innenfor dette området er at de er under et stadig økende press fra en rekke interessenter. Myndigheter og eiere krever at selskapene kutter utslippene sine, investorer er villig til å trekke pengene sine ut og klimaaktivister

demonstrerer for å få slutt på all oljevirkosomhet (Bell *et al.*, 2020). Dersom selskapene ikke greier å vise ansvar og etterleve interessentenes forventninger, kan dette i verste fall føre til tap av deres legitimitet. Selv om vi ikke kan konkludere med at olje og gass-sektoren i større grad anerkjenner sitt ansvar for å redusere klimautslipp enn de andre sektorene, har vi observert at de i større grad redegjør for sin tallfestede progresjon. Dette kan tyde på at de forsøker å etterleve press fra interessentene, og dermed bruker Lindbloms legitimitetstiltak 1. Ved å informere samfunnet om sin progresjon knyttet til utslipp viser selskapene at de faktisk har gjennomført endringer i sin ytelse (Lindblom 1994, referert i Deegan, 2002, s. 297). Men grunnet olje - og gasselskapenes natur, er det selvsagt begrenset hvor mye de kan kutte uten at dette går på bekostning av profitt, og på bakgrunn av dette tror vi at selskapene også bruker legitimitetstiltak 3 (Lindblom 1994, referert i Deegan, 2002, s. 297). Til tider kan det virke som at selskapene forsøker å fjerne fokuset fra vesentlige problemer. Eksempelvis ved at de i liten grad vektlegger at det er forbruket av olje og gass som er den største kilden til klimagassutslipp.



**Diagram 9:** Figuren viser hvordan olje- og gass-, IKT- og klessektoren i gjennomsnitt har scoret på klimagassutslipp indikatorene 305-1 til 305-7. Y-aksen viser antall poeng.

Mens olje og gass-sektoren oppnår en score på 48,8 poeng av totalt 70 mulige innen klimagassutslipp, scorer IKT 38,8 poeng og klessektoren scorer lavest med 21,4. Selv om en studie viser at utslippene fra IKT-sektoren øker, finner vi det overraskende at sektoren scorer høyere enn klessektoren (*Lean ICT - Towards Digital Sobriety*, 2019). Vi var av den oppfatning av at kunnskapsnivået knyttet til utslipp fra IKT sektoren fortsatt er relativt begrenset sammenliknet med de to andre sektorene, og trodde dermed at IKT-selskapene ikke ville vektlegge GRI 305 indikatorene i like stor grad som de andre sektorene. Imidlertid viser vår analyse at flere av IKT-selskapene redegjør i stor grad for flere av indikatorene, og scorer derfor 1 poeng på flere av indikatorene. Innenfor klessektoren er det kun H&M som har blitt tildelt 1 poeng på enkelte av indikatorene. Diagram 9 viser også at den gjennomsnittlige scoren i klessektoren trekkes ned fordi ingen av selskapene rapportere på verken GRI 305-6 Emissions of ozone-depleting substances og 305-7 Nitrogen oxides (NOX), sulfur oxides (SOX), and other significant air emissions (GRI, 2020a). Siden ingen av klesselskapene skiller seg ut med en høy score innenfor GRI 305 spekulerer vi om at dette

rapporteringsområdet er lite prioritert. Klessektoren har i likhet med olje og gass-sektoren blitt kritisert for store utslipp, men det er først det siste tiåret at det har blitt kjent hvor store utslippene fra sektoren faktisk er (Bhattacharyya *et al.*, 2015; Kissinger *et al.*, 2013). En mulig grunn til lav rapporteringsgrad kan dermed være at de ikke har merket presset fra interessentene i like stor grad som olje og gass. Andre mulige grunner til lav score er at de ikke ønsker å offentliggjøre denne type informasjon. Eksempelvis finner vi det underlig at ingen av klesselskapene redegjør for andre klimagasser som står for en betydelig andel av deres utslipp (GRI 305-7) når både olje og gass og IKT sektoren til en viss grad greier å redegjøre for indikatoren.

I tillegg til at klesproduksjon medfører store klimagassutslipp, krever produksjonen også store mengder vann (Ellen MacArthur Foundation, 2017). Innenfor området vann og avløp (GRI 303) scoret klesselskapene til sammen 9,2 poeng av 50 mulige. IKT scorer 6,1 poeng, mens olje og gass scorer 17,2 poeng av 50 mulige. Forbruk og forurensing av vann i olje og gass-sektoren kan hovedsakelig knyttes til selskapenes egen virksomhet. I klessektoren derimot knyttes store deler av vannforbruket mot leverandørkjeden. Flere anerkjenner at de har store vannutslipp, og at det er behov for en reduksjon i deres vannpåvirkning. Likevel rapporterer flere kun på forbruk og tiltak gjennomført på kontorer og i butikker. Men også dette forbruket redegjøres det i liten grad for. Dette mener vi kan skyldes en svakhet ved rammeverket, da det ikke inneholder indikatorer som krever redegjørelse for vannpåvirkning fra leverandørkjeden kombinert med at selskapene finner vannforbruk i butikker o.l for irrelevant. At GRI-rammeverket ikke inneholder rapporteringskrav om indirekte vannpåvirkning er selvfølgelig ingen etisk god grunn til å utelate denne type informasjon, men dette blir nok likevel utnyttet. En annen mulig grunn kan selvfølgelig være at selskapene ønsker å skjule informasjonen for å bevare sitt omdømme. Å rapportere om vannforbruk og vannforurensing fra leverandører kan påvirke interessentenes mening om selskapet. Trolig vil økt åpenhet ha en positiv innvirkning, men vi kan ikke konkludere med dette da denne undersøkelsen ikke ser på dette.

De fleste selskapene har enda lang vei å gå når det kommer til rapportering om biologisk mangfold. Totalt oppnådde selskapene et resultat på 13,7 poeng av 120 mulige, altså en rapporteringsgrad på 11,4 %. Dette takket være olje- og gass-sektoren med 11,7 poeng av 40 mulige, da klessektoren kun oppnådde 1,4 poeng og IKT kun 0,6 av 40 totalt mulige poeng. Dette er i samsvar med KPMG sin undersøkelse fra 2020, som også konkluderer med at utsatte sektorer rapporterer i liten grad på biologisk mangfold (Bartels *et al.*, 2020). Mulige grunner til dette kan være at tema ikke har fått like stort fokus som for eksempel utslipp av drivhusgasser og arbeidsforhold. En annen grunn vi spekulerer i dette er at kravene for rapportering på biologisk mangfold er ganske omfattende. Kravet omfatter blant annet at selskapene skal rapportere operasjoner tilknyttet beskyttede områder eller områder med høyt biologisk mangfold med følgende informasjon: (a) geografisk lokasjon, (b) størrelse på driftssted, (c) type operasjon, (d) type biologisk mangfold, (e) avstand til beskyttet område, (f) biologisk mangfold i området etter verdi, (g) direkte og indirekte påvirkning på mangfoldet, (h) forurensing, (i) introduksjon av nye arter, (j) reduksjon av arter, (k), habitat restaurering, (l) arter påvirket, (m) varighet av påvirkningen, (n) om påvirkningen er reversibel, (o) totalt antall og opplisting av truede dyrearter i området (GRI, 2020a). Det kan derfor være at selskapene har vurdert det dithen at kostnadene tilknyttet dette, ikke gir tilsvarende økt grad av legitimitet, eller at rapporteringen i seg selv ikke tåler dagens lys.

## 7.2 Forskningsspørsmål 2

*“Har de sektorene som har mottatt sterk kritikk for sosiale forhold en høyere rapporteringsgrad i den sosiale dimensjonen?”*

I den sosiale dimensjonen har olje og gass-sektoren en gjennomsnittlig rapporteringsgrad på 34%, mens klessektoren rapporterer på 22% og IKT-sektoren på 17% av kriteriene i GRI indikatorene. Basert på stakeholder perspektivet finner vi det også uventet at klessektoren ikke oppnår en høyere rapporteringsgrad innenfor den sosiale dimensjonen. Ifølge Freeman kan selskaper regnes som moralsk ansvarlig (Werhane & Freeman, 1999). De har forpliktelser overfor flere interessenter enn kun eiere. Bærekraftsrapporter kan benytte som

et kommunikasjonsverktøy mellom selskapene og flere eksterne interessenter, og det er derfor overraskende at klesselskapene som har fått mye sterk kritikk for sine sosiale forhold dermed ikke scorer høyere. Kritikken har vært rettet mot flere av områdene GRI indikatorene tar for seg, for eksempel menneskerettigheter og påvirkning på lokalsamfunnet. Klesselskapene har lenge vært under et stort press fra en rekke interessenter. Likevel oppnår selskapene kun et samlet resultat på 96,7 poeng av totalt 400 mulig. Olje og gass-sektoren oppnår 135,6 poeng, mens IKT scorer lavest med 67,8 poeng.

For å forstå selskapenes utvikling og resultater krever direktiv 2014/95/EU at selskaper redegjør for informasjon knyttet til sosiale forhold, personalspørsmål og respekt for menneskerettighetene. Det fremkommer ikke spesifikt hvilken informasjon selskapene må redegjør for. Til tross for at alle sektorene har en lav rapporteringsgrad, legger vi spesielt godt merke til at klessektoren er lite konkret i sin rapportering. GRI indikatorene krever redegjørelse av en rekke sosiale forhold som kan påvirket selskapene negativt, og med tanke på den kritikken klessektoren har mottatt spekulerer vi derfor i om selskapene bevisst forsøker å unngå å rapportere om slik informasjon. Eksempelvis har flere klesselskaper blitt kritisert for brudd på menneskerettighetene, likevel scorer selskapene til sammen kun 4,5 poeng av totalt 30 mulig på GRI 412 Human rights assessment. Olje og gass oppnår totalt 9,0 poeng, mens IKT oppnår 2,0 poeng. Olje og gass og IKT scorer heller ikke høyt, men på bakgrunn av informasjonen i rapportene virker det som at klesselskapene i større grad vektlegger å fremme at de tar sosialt ansvar. Likevel får vi et inntrykk av at mye av informasjon i rapportene er svært generell. Et av klesselskapene skriver for eksempel at de tilbyr trening knyttet til menneskerettighetene, men det er uklart hvor mange som har gjennomført treningen, og hvilken effekt den har hatt (*Sustainability Performance Report - H&M Group*, 2019). Når de ikke offentliggjør slik informasjon er det vanskelig for interessenter å vite om de faktisk gjennomfører aktivitetene, eller om de kun forsøk å bevare sin legitimitet ved å bruke rapporten til å forsøke å endre samfunnets oppfatning av virksomheten (Lindblom 1994, referert i Deegan, 2002, s. 297).

Indikatorene i GRI 403 Occupational health and safety utgjør 10 poeng de totalt 40 mulige i den sosiale dimensjonen. Olje og gass har til sammen den høyeste rapporteringsgraden på 32,5% innenfor dette område, mens IKT-sektoren rapportere på 16% og klessektoren

rapportere på 10% av kravene i indikatorene. Dette resultatet er ikke i samsvar med en tidligere studie, som viser at selskapene rapporterer mest på “Occupational health and safety” i den sosiale dimensjon (Gümrah *et al.*, 2019). At sektorene ikke redegjør for mer tror vi til dels kan skyldes at de ikke ønsker å offentliggjøre informasjon som potensielt kan svekke deres legitimitet. Samtidig som vi til tider fant det vanskelig å skille GRI kravene fra hverandre, særlig GRI 403. For eksempel inneholder GRI 403-2 punkt b et krav om at selskapet skal gi en beskrivelse av hvordan arbeidstakere kan rapportere om farlige arbeidssituasjoner, og hvordan de kan beskytte seg mot at det skjer igjen. GRI 403-3 krever at selskapet skal gi en beskrivelse av hvordan deres helsetjenester bidrar til å identifisere og eliminere farer og minimere risiko, og hvordan selskapet sikrer kvaliteten på tjenestene og arbeidstakernes tilgang på disse (GRI, 2020a, GRI 403-2 pkt b, og GRI 403-3). Vi ser at flere av selskapene henviser til begge punktene, men likevel finner vi ikke informasjon som tilfredsstillende svarer på kravene. I tillegg til at vi fant det vanskelig å skille kravene fra hverandre og at dette kan prege vår bedømmelse, spekulerer vi i at lav rapporteringsgrad også skyldes at også selskapene finner det utfordrende å skille kravene fra hverandre.

Med en rapporteringsgrad på 17% scorerer IKT-sektoren lavest innenfor den sosiale dimensjonen. I likhet med i klessektoren er det flere av rapporteringskravene i GRI indikatorene som er mer relevant for selskapenes leverandørkjede enn deres egen virksomhet. Eksempelvis indikatorene knyttet til barnearbeid og tvunget arbeid. Indikatorene krever redegjørelse for egen drift og leverandører som har betydelig risiko for disse to forholdet, og hvilke tiltak selskapet gjennomfører for å bidra til at slike hendelser ikke forekommer. En mulig grunn til at selskapene ikke gir tilstrekkelige redegjørelser kan være at deres analyser av muligheter og risikoer er for lite omfattende. Som nevnt tidligere kan det være at kostnadene forbundet med en mer omfattende analysing av leverandørkjeden ikke vil gjenspeiles i økt omdømme. Det kan også være at selskapene rett og slett ikke anser mye av informasjonen knyttet til den sosiale dimensjonen som relevant for egen drift og deres interesser, og at selskapene derfor ikke vektlegger GRI indikatorene i sin rapportering.



### 7.3 GRI som evalueringsverktøy

Med grunnlag i sektorenes rapporteringsgrader innenfor den miljømessige og den sosiale dimensjonen, stiller vi oss noe tvilsomme til hvor godt GRI-rammeverket er som evalueringsverktøy. Ingen av selskapene har fått full score. Det er kun fire av selskapene som scorer over 40%. Dette resultatet er i samsvar med tidligere studier som har scoret selskapers bærekraftsrapportering i henhold til GRI indikatorene (Gümrah *et al.*, 2019; Skouloudis *et al.*, 2010; Daub, 2005). Av de selskapene som bruker GRI er det ingen av selskapene som henviser til alle indikatorene i GRI-indeksen. Som nevnt tidligere er det frivillig for selskaper å rapportere på GRI indikatorene, og selskapene velger selv hvilke indikatorer som er mest vesentlig å rapportere på. At det er frivillig å velge indikatorer kan være en svakhet ved å bruke rammeverket som evalueringsverktøy. Når det ikke stilles krav til at alle må rapportere på alle indikatorene vil selskaper velge å rapportere på det de anser som mest vesentlig, og det påvirker naturlig nok resultatet i vår studie at selskapene har fokus på ulike temaer. Hadde selskapene vært nødt til å rapportere på alle indikatorene vil vi trolig sett høyere poengsummer og fått et enda tydeligere bilde av hvilken sektor som er mest åpen i sin rapportering.

Rammeverket er som nevnt utviklet for å passe alle selskaper og sektorer, og kun ment som en veileder til selskapets bærekraftsrapportering. For å passe alle selskaper er de emnespesifikke standardene naturlig nok nødt til å være generelle. Dette skal gjøre det lettere for interessenter å sammenligne både resultater og selskaper over tid. Men dette frivillighetsaspektet kan også gjøre det mer utfordrende å sammenligne ulike sektorer på tvers, da de antageligvis har ulike vurderinger på hva som er relevant for deres sektor. Mens for eksempel klimagassutslipp er relevant for både olje og gass-, IKT- og klessektoren, kan det være at IKT sektoren ikke vurderer biologisk mangfold som relevant. Dette kan for eksempel komme av mangel på press fra interessenter. Sektorer som ikke anser indikatorer som relevante, vil score lavere enn sektorer som anser de samme indikatorene som relevante. Vi argumenter likevel at selv om selskapene finner noen av indikatorene irrelevante, at å ikke rapportere på indikatoren viser mangel på transparens. Det er selvfølgelig vanskelig for oss å bedømme om selskapene faktisk ikke sitter på informasjon eller om de forsøker å skjule tallene sine ved å fokusere på andre aspekter ved selskapet.

Uansett så kan vesentlighetsvurderingen GRI bygger på påvirke vår analyse. Flere av rapportene virker godt utarbeidet, men dette gjenspeiles ikke alltid ved bruk av GRI som evalueringsverktøy.

Innenfor samme sektor derimot virker det mer hensiktsmessig å bruke GRI som evalueringsverktøy. Til tross for at sektorene ikke anser alle indikatorene som vesentlige, vil det bli mer tydelig innenfor en sektor dersom et selskap ikke velger å rapportere på de samme indikatorene som andre. For eksempel i klessektoren som har et stort vannforbruk, undres vi over hvorfor noen av selskapene i vår analyse nesten ikke rapportere på GRI 303 Water and Effluents. Vannpåvirkningen til klessektoren virker å være et prioritert tema for de flese klesselskapene. Når flere av selskapene i sektoren greier å tilfredsstille kravene til en viss grad, mener vi det er enda større grunn til å mistenke at de som ikke rapporterer om temaet har noe å skjule.

Bruken av GRI-rammeverket skal i utgangspunktet gi en balansert redegjørelse av selskapet økonomiske, miljømessige og sosiale forhold, og derfor fant vi det hensiktsmessig å bruke GRI som evalueringsverktøy. Rammeverket skal fremme åpenhet, og fungerer som veiledende i selskapets arbeid med å vise at de tar ansvar overfor alle interessenter som påvirkes av deres aktiviteter. Ifølge stakeholder-teorien har selskapene ulike interessenter og disse har ulike forventninger til selskapene. GRI indikatorene inneholder krav som fremmer åpenhet overfor interessentene, men som rapporteringsverktøy kan det også avgrense selskapets åpenhet, ved at selskapene ikke trenger å rapportere på ting som i utgangspunktet kunne vært relevant. Dette inkluderer blant annet en scope 2 indikatorer på vannforbruk som nevnt tidligere. Som også nevnt tidligere i denne undersøkelsen har GRI blitt kritisert for å ikke tilby nok veiledning om hvordan selskapene skal rapportere oppstrøms og nedstrøms påvirkninger i verdikjeden (Chester & Woofter, 2005). Vi har i denne undersøkelsen sett selskaper som viser stor åpenhet utover det som kreves av GRI, men de scorer nødvendigvis ikke høyere enn selskapene som hovedsakelig kun rapportere på informasjon som omfattes i GRI-rammeverket. Vi har blant annet sett dette innenfor klessektoren. Både H&M og Adidas blir ansett som to av verdens mest transparente motemerker (Ditty, 2019), men i vår undersøkelse scorer de kun henholdsvis 33% og 25%.

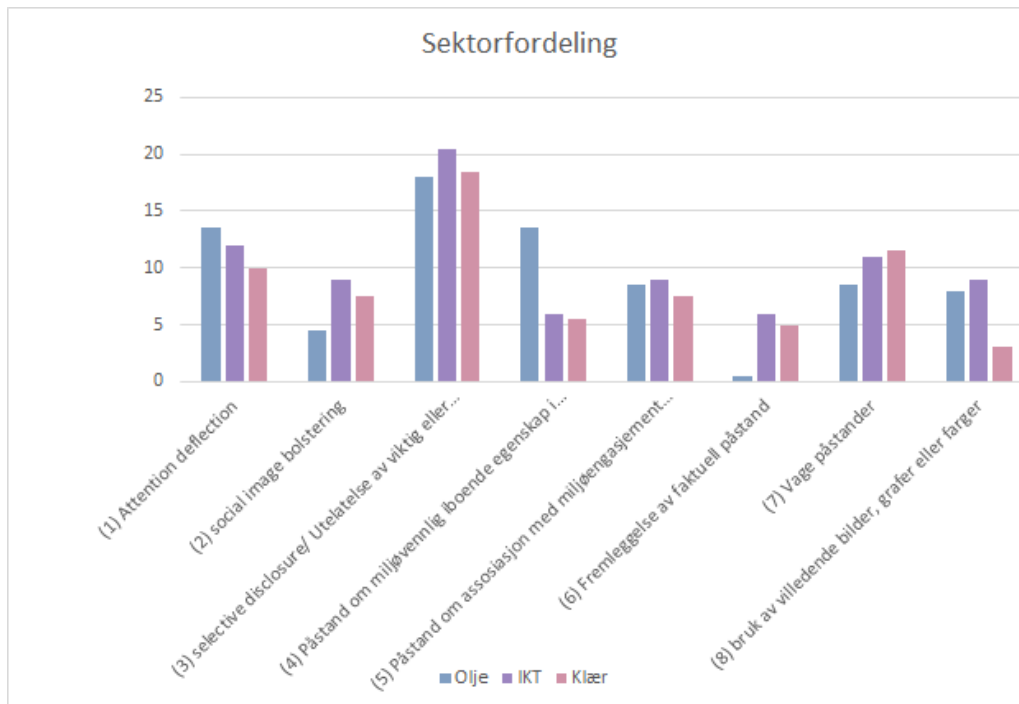
Vårt inntrykk er at Adidas har et relativt stort fokus på leverandørkjeden i bærekraftsrapporten, men at de beskriver forhold som GRI ikke har fullt så stort fokus på og dermed ikke scorer høyere i vår undersøkelse (*Green Company Performance Analysis - Adidas, 2019*).

#### **7.4 Forskningsspørsmål 3**

*“Hvilke grønnvaskingsvirkemidler blir brukt, og finner vi forskjeller i bruken mellom Olje og gass-, IKT- og klessektoren?”*

Det mest brukte virkemiddelet brukt blant selskapene i undersøkelsen var det som handlet om “selective disclosure”. Dette virkemiddelet var i større eller mindre grad brukt i alle selskapene, og aller mest i IKT sektoren. Videre var virkemiddelet “attention deflection” brukt i ganske stor grad, også dette var brukt av 100% av selskapene i større eller mindre grad. Fremleggelse av faktisk påstand var undersøkelsens minst brukte virkemiddel, og var kun brukt av ca. 30% av selskapene, og dette i liten grad. Bruk av visuelle virkemidler var også brukt i relativt liten grad, men var likevel til stede i om lag 60% av rapportene.

IKT-sektoren bruker virkemidler for grønnvasking i noe større grad enn de to andre sektorene, med et gjennomsnitt på henholdsvis 1,4 og 1,45 høyere totalt enn olje og gass og klessektoren. Olje og gass- og klessektoren har et marginalt forskjellig gjennomsnitt, men det er likevel forskjeller i hvilke virkemidler de har brukt. Klessektoren bruker i noe større grad virkemidler som omhandler vage påstander og “social image bolstering”, men ligger stort sett under på de fleste indikatorene. Som nevnt tidligere bruker klessektoren visuelle virkemidler relativt mye mindre enn de to andre sektorene. Den største forskjellen mellom sektorene finner vi ved bruk av virkemidlet påstand om miljøvennlig iboende egenskap som olje og gass-sektoren har brukt relativt mer enn de andre bransjene.



**Diagram 10.** Diagrammet viser selskapenes bruk av hvert enkelt virkemiddel fordelt på sektor.

Vi kan se tendenser til at sektorer som til større grad har vært gjenstand for kritikk i media, både med grønnvasking (klessektoren) og miljøpåvirkning (olje og gass-sektoren), har vært mer bevisste i sin bruk av virkemidler for grønnvasking. Dette baseres på at IKT-sektoren bruker virkemidlene i litt større grad enn de to andre sektorene, samt forskjeller i bruk av type virkemidler.

Hovedresultatene våre viser at IKT-sektoren skiller seg noe negativt ut, men verken olje og gass- eller klessektoren skiller seg positivt ut heller. Dette på tross av at olje og gass-sektoren scorer høyere i GRI rapporteringen i forhold til de to andre. Vi vet at olje og gass-sektoren har mottatt kritikk for å være en svært utslippstung sektor, og vi spekulerer i at de prøver å bygge et bedre rykte ved hjelp av stakeholder-tilnærmingen. Dette klarer de til en viss grad ved økt åpenhet og transparens, men overkompenserer muligens med visuelle og språklige virkemidler som kan oppfattes som grønnvasking. Dette kan tyde på at det de forsøker å få til er et paradoks: Å få olje og gass-sektoren til å fremstå mer miljøvennlig. Dette understøttes av at olje og gass-sektoren gjorde det dårligst av de analyserte sektorene ved bruk av virkemiddelet som omhandlet påstand om miljøvennlig iboende egenskap i produkt, miljøvennlig prosess eller teknologi. Dette kommer nok som et resultat av at

mange av rapportene gir inntrykk av stort engasjement rundt utslipp og miljø, men ikke klarer å begrunne hvordan de skal komme dit. Ofte ble det også begrunnet i at deres produkt “hvertfall er bedre enn andres produkter”, for eksempel ved snakk om at olje hvertfall er bedre enn kull, gass hvertfall er bedre enn olje osv (*Universal Registration Document - Total*, 2019). På den måten bruker de legitimitetstiltak 4 for å endre de eksterne forventningene. Under analysen fikk vi også inntrykk av at rapportene innen olje og gass-sektoren hadde en del likhetstrekk med hverandre. De fleste scoret relativt høyt på GRI, svært liten bruk av virkemiddelet fremleggelse av faktisk påstand, og ganske liten bruk av irrelevante visuelle virkemidler. For oss kan dette tyde på at sektoren har satt seg inn i området ved å styre unna de mest åpenbare “fellene” innen grønnvasking som begynner å bli mer kjent for interessentene.

Generelt kan man si at majoriteten av bedriftene i stor grad unnlater å redegjøre for deres innvirkning på miljøet eller negative konsekvenser av deres drift på miljø og sosiale forhold. I de tilfeller hvor negative forhold ble nevnt, ble det snakket om i svært positivt og indirekte ordelag. I noen tilfeller fikk vi inntrykk av at bedriftene på en legitim måte informerer om hvordan de skal møte krav til endringer. Som eksempel kan vi nevne Equinor som i større grad investerer i vindkraft, og dermed benytter seg av legitimitetstiltak 1 (Informere samfunnet om de faktiske endringene i deres ytelse). I majoriteten av tilfellene derimot, fikk vi inntrykk av at bedriftene benyttet seg av legitimitetstiltak 2 (Endre samfunnets oppfatning uten å endre ytelse og aktiviteter) og 3 (Manipulere eller avlede oppmerksomhet i samfunnet) (Lindblom 1994, referert i Deegan, 2002)

## 7.5 Forskningsspørsmål 4

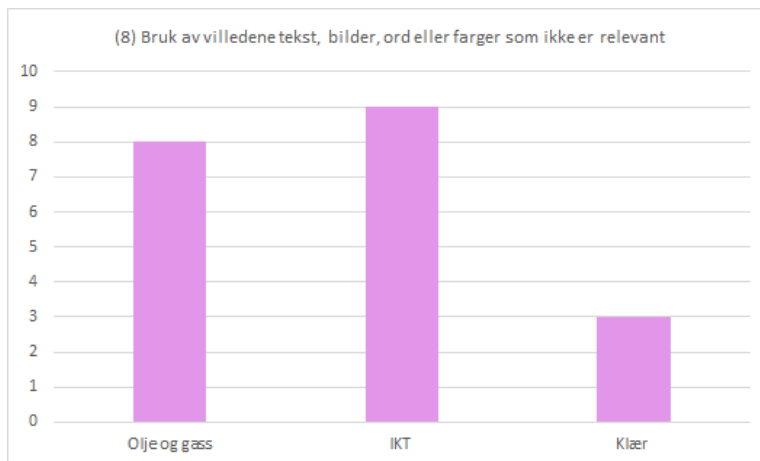
*“Er selskapet rapporteringsgrad korrelert med selskapets bruk av virkemidler for grønnvasking?”*

Vi finner en moderat negativ korrelasjon mellom selskapenes bruk av grønnvaskingsvirkemidler og selskapenes score på GRI rapporteringen. Bruken av virkemidler for grønnvasking øker noe ved lavere score på GRI. Vi antar at dette ikke er direkte korrelert med bruken av GRI, men at det er korrelert med om selskapet har fulgt en rapporteringsstandard overhodet, og dermed satt seg inn på det teoretiske området.

I vår undersøkelse ønsket vi å undersøke om en analyse av grønnvaskingsvirkemidler kunne gi oss en mer komplementerende analyse av kvaliteten på bærekraftsrapporteringen. Dette fant vi det litt vanskelig å konkludere med, da bruken av virkemidlene i de forskjellige sektorene var noe ulik. Vår oppfatning er at virkemidlene er brukt i hovedsakelig på to måter. I den første kategorien finner vi selskaper som har brukt virkemidlene på en kalkulert måte av nødvendighet, mens i den andre kategorien er virkemidlene brukt noe mindre bevisst. Dette er selvsagt bare en observasjon, men vi mener at det er den siste kategorien av selskaper som gir oss en moderat korrelasjon. Vi ønsker ikke å konkludere med forskjeller mellom sektorene, men vi ser at ved å fjerne en utligger i olje og gass-sektoren sitter vi igjen med en relativt svak korrelasjon. Dette er i samsvar med våre observasjoner, at virkemidlene var brukt litt mer bevisst i sektoren.

Når det kommer til IKT-sektoren som scorer lavest av de tre sektorene, finner vi også en korrelasjon mellom GRI og bruk av grønnvasking, men det er vanskelig å peke på noe spesifikt med sektoren som sådan. Her fant vi derimot noen ekstremiteter på selskapsnivå, både ved GRI og grønnvasking som skilte seg ut i forhold til de to andre sektorene. Vi ble spesielt overrasket over at undersøkelsens totalt minst brukte virkemiddel, fremleggelse av faktisk påstand og bruk av visuelle virkemiddel, i stor grad ble benyttet hos to av selskapene som scorer lavest i GRI analysen. Uten at vi selvsagt kan konkludere om dette virker det som at mens olje og gass-sektoren har tatt et mer kalkulert valg ved bruk av

virkemidler i møte med kritikken, har IKT-bransjen ikke vært like bevisste i sin rapportering. Dette kan skyldes at bransjen har vært gjenstand for mindre kritikk. Klessektoren derimot virket tidvis svært konservative i sin visuelle virkemiddelbruk, og fikk undersøkelsens laveste score. Dette kan skyldes at klesbransjen de senere årene er blitt beskyldt for grønnvasking. Dette underbygges også av at klesbransjen fikk totalt testens laveste (beste) score på bruk av grønnvasking midler.



**Diagram 11.** Diagrammet over viser sektorens bruk av virkemiddelet som omhandler bruk av visuelle virkemidler.

## 8. Konklusjon

Formålet med denne oppgaven var å besvare følgende problemstilling:

*“Hvor god er kvaliteten på bærekraftsrapportering på selskaper i tre utslippstunge sektorer?”*

Olje og gass-sektoren skiller seg positivt ut i analyse av selskapenes bærekraftsrapportering i henhold til GRI-rammeverket. Selskapenes gjennomsnittlige rapporteringsgrad innenfor denne sektoren er 40%. Kleselskapene har i gjennomsnitt den laveste rapporteringsgraden på 21%. GRI-rammeverket bygger på flere prinsipper innen transparens og kvalitet, og denne undersøkelsen bygger derfor på at GRI-rammeverket skal kunne si oss noe om kvaliteten på bærekraftsrapporten. Vi konkluderer derfor med at olje og gass-sektoren holder en gjennomgående høyere *kvalitet* og er mer åpne i sin rapportering enn IKT- og klessektoren. Olje og gass-sektoren holder høyere kvalitet på både miljømessige og sosiale forhold, og avslører flere av sine tallfestede påvirkninger. Sektoren har lenge vært under press, og for å sikre sin legitimitet i samfunnet har de vist en åpenhet rundt bærekraft. Når det gjelder IKT og klessektoren derimot, vil vi argumentere for at de har en relativt lav kvalitet på sine rapporter sett i forhold til olje og gass-sektoren.

Da vi har brukt GRI-rammeverket som “idealet” på god kvalitet og transparens, burde vi kunne si at 100% måloppnåelse er god kvalitet, og 50% måloppnåelse er middels kvalitet. Men fra tidligere litteratur vet vi at det er svært få selskaper som scorer over 50% i GRI-rammeverket (Gümrah *et al.*, 2019; Skouloudis *et al.*, 2010; Daub, 2005), og vi må ta høyde for at rammeverket ikke er perfekt. Likevel, sett under ett har selskapene en total måloppnåelse på ca 32%, og målt etter GRI standarden er dette under middels måloppnåelse, og dermed også under middels god kvalitet og åpenhet.

Olje og gass-sektoren har den høyeste rapporteringsgraden innenfor den miljømessige dimensjonen med en måloppnåelse på 45%. Selskapet som totalt sett scorer høyest i den miljømessige dimensjonen scorer 21,4 poeng av 32 mulig, og befinner seg innenfor denne sektoren. Klessektoren har den laveste rapporteringsgraden på 22%. I denne sektoren er det



to selskaper som skiller seg ut med å kunne score 1,3 og 1,8 poeng av 32 mulig. At olje og gass-sektoren scorer høyest på den miljømessige dimensjonen er i tråd med tidligere forskning, legitimitetsteori og stakeholder-teori. Basert på tidligere forskning hadde vi også forventet at klessektoren skulle redegjøre for en større andel. Det er godt kjent at de har et stort klimaavtrykk, men likevel viser vår analyse at de i minst grad greier å redegjøre for indikatoren knyttet til miljø.

Olje og gass-sektoren scorer også best i den sosiale dimensjonen med en måloppnåelse på 34 prosentpoeng. I denne sektoren finner vi også "best-in-class" med 22,10 av 40 mulige poeng. Laveste score på sosiale forhold finner vi IKT-sektoren med 0,4 av 40 mulige poeng. Likevel, med en total måloppnåelse hos alle selskapene på 13% i denne dimensjonen kan vi ikke si at selskapene har holdt høy kvalitet målt etter GRI-rammeverket. Spesielt i klessektoren hadde vi forventet et noe høyere resultat (22%) på denne dimensjonen, da dette er en sektor som blant annet har mottatt mye kritikk for arbeidsforhold.

Hensikten med denne undersøkelsen var hovedsakelig å måle kvaliteten på bedriftenes bærekraftsrapportering, og vi ønsket å se om grad av bruk av virkemidler for grønnvasking kunne gi oss en komplementerende faktor. Vi fant en moderat negativ korrelasjon mellom GRI-score og grønnvasking-score, men vi kan ikke konkludere med at grønnvaskingsanalysen ga et komplementerende bidrag til rapportens kvalitet, da virkemidlene totalt sett var brukt i ca like stor grad på tvers av sektorene, og at analysen ikke kunne gi oss et forsterket resultat enn det GRI analysen allerede hadde gitt oss.

Vi fant derimot at sektorene hadde brukt litt ulike virkemidler, noe vi mener kommer av at selskapene ønsker å kompensere for økt åpenhet, og bruker muligens grønnvasking for å beholde sin legitimitet. Årsaken til bruken av ulike virkemidler kan være sammensatt. Fra tidligere undersøkelser, samt vår egen, vet vi at olje og gass-sektoren ligger langt fremme på feltet og at de derfor muligens bruker grønnvasking for å kompensere for sektorens iboende forurensende natur. Klesbransjen har også fått kritikk for å være forurensende, men kanskje i større grad den siste tiden også blitt beskyldt for å drive med grønnvasking. Dette

vises i resultatene, da klesbransjen fikk beste totalscore på bruken av virkemidlene. IKT-fremstår som litt lenger bak de andre i sin rapportering. Dette på bakgrunn av relativt lav måloppnåelse ved vurdering ved GRI-rammeverk (ca 24% i gjennomsnitt), men også litt høyere bruk av grønnvaskingsvirkemidler og da spesielt de vi mener det mest "åpenbare" grønnvaskingsvirkemidler.

Hovedkonklusjonen her er at det er en moderat sammenheng mellom score på bærekraftsrapportering og bruk av grønnvasking, men at vi ikke ønsker å konkludere med om denne analysen gav oss et mer helhetlig bilde av kvaliteten på rapportene.

## 9. Videre forskning

Ettersom GRI er lite bransjetilpasset og kun fire selskaper scorer over 40% kunne det i videre forskning vært interessant å bruke andre rammeverk til å analysere selskapenes bærekraftsrapporter og årsrapporter. Eksempelvis har SASB mer bransjespesifikke standarder. Sett i lys av vår undersøkelse virker GRI mer egnet som evalueringsverktøy for å vurdere selskaper innenfor samme bransje. For fremtidig forskning kunne det derfor vært interessant studie. Vi har i dette studiet kun sett på bærekraftsrapporter og årsrapporter, så i videre forskning kunne det vært interessant å benytte seg av andre kilder i tillegg.

Videre fant vi at mange av bærekraftsrapportene fungerte som en samlerapport for mange selskaper, spesielt i klesbransjen. Inditex består blant annet av Zara, Massimo Dutti, Bershka og flere (Inditex, 2021). Eksempelvis kunne det vært interessant å sett nærmere på de ulike selskapene som har samme bærekraftsrapport og gå mer i dybden på klesbransjen.

Når det kommer til grønnvasking ville det vært interessant å sett en mer dekkende definisjon, samt en mer teori for grønnvaskingsvirkemidler. Dette på bakgrunn av vår oppfattelse om at nåværende definisjoner og rammeverk kunne ha vært mer "sammenstilt" og dekkende. En forbedring av denne undersøkelsen kunne ha omfattet analyse av grønnvasking på flere kilder enn bærekraftsrapportene, for eksempel hjemmesider og reklame. Dette ville gitt en mer fullstendig analyse av bruken.

I olje og gass-sektoren fant vi antydninger til at sektoren er påvirket av interessenter og har et ønske om å øke sin legitimitet med bærekraftsrapportering, dette spesielt med høy score innen miljømessige forhold, som sektoren har mottatt kritikk for. Vi kunne derimot ikke se samme sammenheng i klesbransjen med sosiale forhold. Vi spekulerer i om dette kan ha noe med om selskapene er børsnoterte eller ikke og forslag til videre forskning er å finne ut om børsnoterte selskaper har høyere kvalitet på sin rapportering enn ikke-børsnoterte selskaper. Sist mener vi en sammenligning av norske og europeiske selskaper hadde vært interessant for en sammenligning.

## 10. Referanseliste

- Actions VS. Words: A Look at Fossil Fuel Greewashing.* (2020). The Climate Reality Project. Tilgjengelig fra: <https://www.climaterealityproject.org/blog/actions-vs-words-look-fossil-fuel-greenwashing> (lest 25 Mai).
- Additional tools Initiative on substantiating green claims.* (u.å). I: Commission, E. (red.): European Commission. Tilgjengelig fra: [https://ec.europa.eu/environment/eussd/smgp/initiative\\_on\\_green\\_claims.htm](https://ec.europa.eu/environment/eussd/smgp/initiative_on_green_claims.htm).
- Aji, H. M. & Sutikno, B. (2015). The extended consequence of greenwashing: Perceived consumer skepticism. *International Journal of Business and Information*, 10 (4): 433.
- Allwood, J., Laursen, S., Malvido de Rodríguez, C. & Bocken, N. (2006). Well dressed? The present and future sustainability of clothing and textiles in the United Kingdom.
- Amundsen, B. (2019). *Gjenbruk av klær - en dråpe i havet!* Forskningsdagene.
- Anantharaman, D., Huang, D. & Zhao, K. (2020). Is a Picture Worth a Thousand Words? Image Usage in CSR Reports. *Image Usage in CSR Reports (October 30, 2020)*.
- Andersen, R. F., Fredriksen, Ø., Jones, A., Nyebak, S. & Rosenblad, S. C. (2020). *Vises det grønne skiftet i selskapsrapporteringen?*
- Attia, S. (2020). *Content Analysis*. USGBC Faculty and LEED Accredited Professional Head of Sustainable Building Design Lab.
- Bansal, P. (2005). Evolving sustainably: A longitudinal study of corporate sustainable development. *Strategic management journal*, 26 (3): 197-218.
- Baraibar-Diez, E. & Odriozola, M. D. (2017). Is corporate reputation associated with quality of CSR reporting? Evidence from Spain. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 24 (2): 121-132.
- Bartels, W., King, A., Shulman, J. & Threlfall, R. (2020). *The time has come: The KPMG Survey of Sustainability Reporting 2020*. KPMG.
- Beck, C., Rashidbeigi, S., Roelofsen, O. & Speelman, E. (2020). *The future is now: How oil and gas companies can decarbonize*. McKinsey.

- Bell, E. & Bryman, A. (2011). *Business Research Methods* Third utg.
- Bell, R., Blakemore, R. & Johnston, R. (2020). *The role of oil and gas companies in the energy transition*. Tilgjengelig fra: <https://www.atlanticcouncil.org/in-depth-research-reports/report/the-role-of-oil-and-gas-companies-in-the-energy-transition/>.
- Bhattacharyya, A., Figueiro, R. K., Shabaridharan, Pichandi, S. & Parveen, S. R., Sohel. (2015). Carbon footprint of textile and clothing products. *Handbook of Sustainable Apparel Production; Muthu, SS, Ed.; CRC Press: Boca Raton, FL, USA: 142.*
- Brammer, S. & Pavelin, S. (2008). Factors influencing the quality of corporate environmental disclosure. *Business strategy and the environment*, 17 (2): 120-136.
- Brun, P. & Thornam, H. (2011). *Verdiskapende bære- kraftsrapportering: Revisjon og Regnskap*. Tilgjengelig fra: <https://www.revregn.no/asset/pdf/2011/1-49-52.pdf>.
- Brundtland, G. H. (1987). *Vår felles framtid - Verdenskommisjonen for miljø og utvikling*.
- Braat, L. C., Robert, De Groot, R., Farber, S., Fioramonti, L., Grasso, M., Kubiszewski, I. & Sutton, P. (2017). Twenty years of ecosystem services: how far have we come and how far do we still need to go? *Ecosystem services*, 28: 1-16.
- Busco, C., Consolandi, C., Eccles, R. G. & Sofra, E. (2020). A preliminary analysis of SASB reporting: Disclosure topics, financial relevance, and the financial intensity of ESG materiality. *Journal of Applied Corporate Finance*, 32 (2): 117-125.
- Bushman, R. M., Piotroski, J. D. & Smith, A. J. (2004). What determines corporate transparency? *Journal of accounting research*, 42 (2): 210.
- Butler, J. B., Henderson, S. C. & Raiborn, C. (2011). Sustainability and the balanced scorecard: Integrating green measures into business reporting. *Management Accounting Quarterly*, 12 (2): 1.
- Bærekraftig utvikling*. (2019). FN Sambandet. Tilgjengelig fra: <https://www.fn.no/tema/fattigdom/baerekraftig-utvikling>.

- Carlson, L., Grove, S. J. & Kangun, N. (1993). A content analysis of environmental advertising claims: A matrix method approach. *Journal of advertising*, 22 (3).
- Carrington, D. (2021). "A great deception": oil giants taken to task over "greenwash" ads. *The Guardian* Tilgjengelig fra: <https://www.theguardian.com/business/2021/apr/19/a-great-deception-oil-giants-taken-to-task-over-greenwash-ads>.
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business horizons*, 34 (4).
- Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business & society*, 38 (3): 268-295.
- CDP. (2012).
- Chester, R. & Woofter, J. (2005). *Non-financial disclosure and strategic planning: Sustainability reporting for good corporate governance*. Blekinge Institute of Technology, Karlskrona, Sweden.
- Ching, H. Y., Gerab, F. & Toste, T. H. (2017). The quality of sustainability reports and corporate financial performance: Evidence from Brazilian listed companies. *SAGE Open*, 7 (2): 2158244017712027.
- Christensen, P. (2019). Dansk energigigant hoppet av oljekarusellen og tjener mer penger på vindkraft. *Stavanger Aftenblad*. Tilgjengelig fra: [https://www.aftenbladet.no/aenergi/i/qLQ01L/dansk-energigigant-hoppet-av-oljekarusellen-og-tjener-mer-penger-paa-vi?fbclid=IwAR25v3RoQbp2nmoLENQ4J44JUaixbhFdPI\\_hHAMmJp9N1sR7GT5iBBZ2l48](https://www.aftenbladet.no/aenergi/i/qLQ01L/dansk-energigigant-hoppet-av-oljekarusellen-og-tjener-mer-penger-paa-vi?fbclid=IwAR25v3RoQbp2nmoLENQ4J44JUaixbhFdPI_hHAMmJp9N1sR7GT5iBBZ2l48).
- Claudio, L. (2007). *Waste couture: Environmental impact of the clothing industry*: National Institute of Environmental Health Sciences.
- Cohen, R. & Serafeim, G. (2020). How to Measure a Company's Real Impact. *Harvard Business Review*.
- Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions- A renewed EU strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility*. (2011). Commission, E.
- Corporate sustainability reporting*. (2020). Commission, E.: European Commission.

- Corporate sustainability reporting.* (u.å). European Commission: European Commission. Tilgjengelig fra: [https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/company-reporting-and-auditing/company-reporting/corporate-sustainability-reporting\\_en](https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/company-reporting-and-auditing/company-reporting/corporate-sustainability-reporting_en).
- D'heur, M. (2015). Profitable Growth Through Sustainable Value Creation. I: b. 6 *Sustainable Value Chain Management* Springer.
- Dahlsrud, A. (2008). How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions. *Corporate social responsibility and environmental management*, 15 (1): 7-11.
- Damak-Ayadi, S. & Pesqueux, Y. (2005). Stakeholder theory in perspective. *Corporate Governance: An International Review*, 5 (2): 5-21.
- Danielson, M. G., Heck, J. L. & Shaffer, D. (2008). Shareholder theory—how opponents and proponents both get it wrong. *Journal of Applied Finance (Formerly Financial Practice and Education)*, 18 (2).
- Daub, C.-H. (2005). Assessing the quality of sustainability reporting: an alternative methodological approach. *Journal of Cleaner Production*, 15 (1).
- Deegan, C. (2002). Introduction: The legitimising effect of social and environmental disclosures—a theoretical foundation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*.
- Dilling, P. F. (2010). Sustainability reporting in a global context: What are the characteristics of corporations that provide high quality sustainability reports an empirical analysis. *International Business & Economics Research Journal (IBER)*, 9 (1).
- Ditty, S. (2019). *Fashion Transparency Index* Fashion Revolution.
- Donaldson, T. & Preston, L. E. (1995). The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence, and implications. *Academy of management Review*, 20 (1): 65-91.
- Dowling, J. & Pfeffer, J. (1975). Organizational legitimacy: Social values and organizational behavior. *Pacific sociological review*, 18 (1): 122.
- Dubbink, W., Graafland, J. & Liedekerke, L. v. (2008). CSR, Transparency and the Role of Intermediate Organisations. *Journal of Business Ethics*.
- Ebne, H. (2020). *Klesbransjen grønnvasker i nettbutikkene*. Forbrukerrådet.

- Eisenfeld, J. (2020). *Oil & Gas Companies can't Greenwash the Climate Crisis Away*. Earth Works Tilgjengelig fra: <https://www.earthworks.org/blog/oil-gas-companies-cant-greenwash-the-climate-crisis-away/>.
- Elkington, J. (1997a). Cannibals with forks. *The triple bottom line of 21st century*, 73.
- Elkington, J. (1997b). The triple bottom line. *Environmental management: Readings and cases*, 2.
- Energy With Purpose - BP Sustainability Report* (2019).
- Epp, J. (2021). Greenwashing Fashion. *The Nation* Tilgjengelig fra: <https://www.thenation.com/article/culture/fast-fashion-sustainability/>.
- Equinor Sustainability Report*. (2019).
- Espey, J., Kühner, M. & Walęcik, K. (2015). *Follow-up and Review of the SDGs: fulfilling our commitments*: Sustainable Development Solutions Network.
- EU Taxonomy: Defining a green and sustainable future*. (2020). Standard Chartered. Tilgjengelig fra: <https://www.sc.com/en/feature/eu-taxonomy-defining-a-green-and-sustainable-future/>.
- Europaparlaments - og rådsdirektiv 2014/95/EU*. (2018). Europaparlamentet. Lovdata.
- Faster, bolder and together - Neste Annual Report*. (2019).
- 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).
- Fernandez-Feijoo, B., Romero, S. & Ruiz, S. (2018). Financial auditor and sustainability reporting: Does it matter? *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25 (3).
- Fernando, A. G., Sivakumaran, B. & Suganthi, L. (2014). Nature of green advertisements in India: are they greenwashed? *Asian Journal of Communication*, 24 (3).
- Finanstilsynet. (2020). *Kartlegging av foretakenes bærekraftsrapportering*.
- FNs bærekraftsmål*. (2021). Tilgjengelig fra: <https://www.fn.no/om-fn/fns-baerekraftsmaal>.
- FNs Global Compact*. (u.å). FN. Tilgjengelig fra: <https://www.fn.no/om-fn/fns-organisasjoner-fond-og-programmer/fns-global-compact> (lest 4 April).



- Forbes Global 2000*. (2020). Aroissues (red.). Data World.
- Francis, J. R., Khurana, S. H. I. K. & Pereira, R. (2009). Does Corporate Transparency Contribute to Efficient Resource Allocation? *Journal of Accounting Research*.
- Freeman, K., Morhardt, J. E. & Baird, S. (2002). Scoring corporate environmental and sustainability reports using GRI 2000, ISO 14031 and other criteria. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 9 (4).
- Freeman, R. E. (1984 (nyutgivelse 2010)). *Strategic management: A stakeholder approach*: Cambridge university press.
- Frequently Asked Questions*. (u.å). UN Global Compact. Tilgjengelig fra: <https://www.unglobalcompact.org/about/faq> (lest 22 Mai).
- Friedman, M. (1970, Sept. 13). The Social Responsibility Of Business Is to Increase Its Profits. *The New York Times*. Tilgjengelig fra: <https://www.nytimes.com/1970/09/13/archives/a-friedman-doctrine-the-social-responsibility-of-business-is-to.html>.
- Gaetano, C. (2019, Sep 20). Rise of Sustainability Reporting Brings Questions of Motivation, Agenda. *The Trusted Professional*. Tilgjengelig fra: <https://www.nysscpa.org/news/publications/the-trusted-professional/article/rise-of-sustainability-reporting-brings-questions-of-motivation-agenda>.
- Green Company Performance Analysis - Adidas*. (2019).
- The Greenhouse Gas Protocol*. (2004). 3: World Resources Institute & World Business Council for Sustainable Development.
- GRI. (2020a). *Consolidated set of GRI Sustainability Reporting Standards 2020*.
- GRI. (2020b). *GRI 101*.
- GRI. (2020c). *GRI 103*.
- GRI. (u.å-a). *About GRI*. Tilgjengelig fra: <https://www.globalreporting.org/about-gri/>.
- GRI. (u.å-b). *The GRI Standards: the global standards for sustainability reporting*. Global Reporting.
- GRI and UN Global Compact Forge New Alliance*. (2010). UN Global Compact. Tilgjengelig fra: <https://www.unglobalcompact.org/news/50-06-24-2010>.

- Griffiths, S. (2020). Why your internet habits are not as clean as you think. *BBC*.  
Tilgjengelig fra: <https://www.bbc.com/future/article/20200305-why-your-internet-habits-are-not-as-clean-as-you-think>.
- GSSB. (2016). *Transition to GRI Standards*.
- Guillot, J. (u.å). *GRI and SASB announce collaboration*.
- Gümrah, A., Tanç, Ş. G. & Tanç, A. (2019). Scoring of Sustainability Reports with GRI-G4 Economic, Environmental, and Social Performance Indicators: A Research on the Companies Preparing Sustainability Report in Turkey. I: *Ethics and Sustainability in Accounting and Finance, Volume I*, s. 133-151: Springer.
- H&M Group Sustainability Performance Report*. (2019).
- Hattestad, S. L. (2020). *Pandemien setter fart på selskapers bærekraftsarbeid*: KPMG.  
Tilgjengelig fra: <https://home.kpmg/no/nb/home/nyheter-og-innsikt/2020/10/pandemien-setter-fart-pa-selskapers-baerekraftsarbeid.html>.
- Heggernes, P. (2019). IKT er den nye oljen. *Bergens Tidende*. Tilgjengelig fra: <https://www.bt.no/btmeneringer/debatt/i/kaAmyL/ikt-er-den-nye-oljen>.
- Henisz, W., Koller, T. & Nuttall, R. (2019). *Five ways that ESG creates value*.  
Tilgjengelig fra: <https://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/five-ways-that-esg-creates-value#>.
- Henisz, W. J., Dorobantu, S. & Narthey, L. J. (2014). Spinning gold: The financial returns to stakeholder engagement. *Strategic Management Journal*, 35 (12): 1727-1748.
- How to link the GRI Standards with the SDGs*. (u.å). Sustain Case. Tilgjengelig fra: <https://sustaincase.com/how-to-link-the-gri-standards-with-the-sdgs/>.
- Idowu, S. O., Capaldi, N., Zu, L. & Gupta, A. D. (2013). *Encyclopedia of corporate social responsibility*, b. 21: Springer New York.
- Inditex. (2021). *Our Brands*. Tilgjengelig fra: <https://www.inditex.com/>.
- Innst. 303 L*. (2020–2021). Stortinget. Stortinget.
- Ioannou, I. & Serafeim, G. (2017). The consequences of mandatory corporate sustainability reporting. *Harvard Business School research working paper* (11-100).

- ISO 26000 Social Responsibility*. (u.å). ISO. Tilgjengelig fra: <https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html>.
- The ISO Survey og Management System Standard Certifications - 2019 - Explanatory Note*. (2020). International Organization for Standardization.
- Jallai, A.-G. & Gribnau, H. (2018). Aggressive tax planning and corporate social irresponsibility: Managerial discretion in the light of corporate governance. *Tilburg Law School Research Paper (05)*.
- Karagouni, G., Papadopoulos, I., Platogianni, E. & Trigkas, M. (2010). Green marketing. *EuroMed Journal of Business*.
- Kassinis, G. & Panayiotou, A. (2018). Visuality as greenwashing: The case of BP and Deepwater Horizon. *Organization & Environment*, 31 (1).
- Kielland, I. R. (2021). Hvert sekund blir det kastet klær tilsvarende et billass. *Dagens Næringsliv*. Tilgjengelig fra: <https://www.dn.no/d2/barekraft/mote/hm/barekraft/hvert-sekund-blir-det-kastet-klar-tilsvarende-et-billass/2-1-929842>.
- Kissinger, M., Sussmann, C., Moore, J. & Rees, W. E. (2013). *Accounting for greenhouse gas emissions of materials at the urban scale-relating existing process life cycle assessment studies to urban material and waste composition*.
- Kjerneområder i ISO 26000*. (2014). Standard Norge. Tilgjengelig fra: <https://www.standard.no/fagomrader/miljo-og-barekraft/samfunnsansvar---iso-26000/kjerneomrader-i-iso-26000/>.
- Lean ICT - Towards Digital Sobriety*. (2019). The Shift Project.
- Leikvang, U. (2016). *IKT og digitalisering som klimaløsning*: Energi og klima. Tilgjengelig fra: <https://energiogklima.no/kommentar/ikt-og-digitalisering-som-klimaloesning/>.
- Lewis, J. K. (2016). Corporate social responsibility/sustainability reporting among the fortune global 250: Greenwashing or green supply chain? I: *Entrepreneurship, Business and Economics-Vol. 1*, s. 347-362: Springer.
- Luo, L., Lan, Y. C. & Tang, Q. (2012). Corporate incentives to disclose carbon information: Evidence from the CDP Global 500 report. *Journal of International Financial Management & Accounting*, 23 (2): 93-120.

- Lyon, T. P. & Maxwell, J. W. (2011). Greenwash: Corporate environmental disclosure under threat of audit. *Journal of Economics & Management Strategy*, 20 (1): 5.
- Løken, P. (2020). *Data er ikke "den nye oljen"*. Tilgjengelig fra: <https://www.azets.no/blogg/data-ikke-den-nye-oljen/>.
- MacArthur, F. E. (2017). A new textiles economy: redesigning fashion's future. *Ellen MacArthur Foundation*.
- Marquis, C. & Toffel, M. W. (2012). *When do firms greenwash?: Corporate visibility, civil society scrutiny, and environmental disclosure*: Harvard Business School Boston, MA.
- Marquis, C., Toffel, M. W. & Zhou, Y. (2016). Scrutiny, norms, and selective disclosure: A global study of greenwashing. *Organization Science*, 27 (2).
- Mehar, M. (2021). The deception of greenwashing in fast fashion. *Down to Earth*.
- Meyer, J. W. & Rowan, B. (1977). Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony. *American journal of sociology*, 83 (2): 340-363.
- Monbiot, G. (2019). Shell is not a green saviour. It's a planetary death machine. *The Guardian* Tilgjengelig fra: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2019/jun/26/shell-not-green-saviour-death-machine-greenwash-oil-gas>.
- Moneva, J. M., Archel, P. & Correa, C. (2006). *GRI and the camouflaging of corporate unsustainability*. Accounting forum: Elsevier.
- Morhardt, J. E., Baird, S. & Freeman, K. (2002). Scoring corporate environmental and sustainability reports using GRI 2000, ISO 14031 and other criteria. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 9 (4).
- Nelson, E. (2020). British retailer Arcadia Group, owner of Topshop, files for bankruptcy. *The New York Times*. Tilgjengelig fra: <https://www.nytimes.com/2020/11/30/business/british-retailer-arcadia-group-owner-of-topshop-files-for-bankruptcy.html>.
- New non-financial reporting guidelines for large companies*. (2016). ECOHZ: ECOHZ. Tilgjengelig fra: <https://www.ecohz.com/news/new-non-financial-reporting-guidelines-large-companies/>.

- Om UN Global Compact Norge. (u.å). Tilgjengelig fra: <https://globalcompact.no/om-oss/> (lest 04 April).
- Our mission and history. (u.å). Tilgjengelig fra: <https://www.globalreporting.org/about-gri/mission-history/>.
- Peck, P. & Sinding, K. (2003). Environmental and social disclosure and data richness in the mining industry. *Business Strategy and the Environment*, 12 (3).
- People & Planet Report 2019 - Nokia. (2019).
- Perez, F. & Sanchez, L. E. (2009). Assessing the evolution of sustainability reporting in the mining sector. *Environmental management*, 43 (6): 949-961.
- Perrini, F. (2006). The practitioner's perspective on non-financial reporting. *California Management Review*, 48 (2).
- Phillips, R. A., Elms, H., Johnson-Cramer, M. E. & Berman, S. L. (2011). *Stakeholder Theory: Impact and Prospects*: Edward Elgar Publishing Inc.
- Pimm, S. L. (1997). The value of everything. *Nature*, 387 (6630).
- PwC. (2017). *PwC Bærekraft 100 - Rapportering for framtiden*.
- Retningslinjer for ESG-rapportering. (2021). Oslo Børs. Tilgjengelig fra: <https://www.oslobors.no/layout/set/print/Oslo-Boers/Notering/Aksjer-egenkapitalbevis-og-retter-til-aksjer/Oslo-Boers-og-Oslo-Axess/Retningslinjer-for-ESG-rapportering>.
- Reuters. (2021). How big is Bitcoin's carbon footprint? *NBC News*. Tilgjengelig fra: <https://www.nbcnews.com/tech/tech-news/big-bitcoins-carbon-footprint-rcna920>.
- Roberts, J. A. (1996). Green consumers in the 1990s: profile and implications for advertising. *Journal of business research*, 36 (3).
- Rothschild, E. (1994). Adam Smith and the invisible hand. *The American Economic Review*, 84 (2): 319-322.
- Rudyanto, A. & Wimelda, L. (2019). Core Option VS Comprehensive option: Which One is Better? .
- Rust, S. A. & Iversen, T. (2018). *Rapportering om samfunnsansvar i statlige selskaper*: Universitetet i Agder; University of Agder.

- Rønne, A. (2020). *Finansiell risiko av klimaendringene anerkjennes*. KPMG.  
Tilgjengelig fra: <https://home.kpmg/no/nb/home/nyheter-og-innsikt/2020/12/finansiell-risiko-av-klimaendringene-ankjennes.html>.
- SASB. (2011a).
- SASB. (2011b). *Implementation Primer*.
- Schmidpeter, R. (2015). *Delivering Sustainability Through the Core Business*. I: D'heer, M. (red.) b. 6 *Sustainable Value Chain Management*: Springer.
- Schreurs, N. & Syversen, F. (2020). *Vi skulle bli best i verden på helseteknologi. Nå er Norge plassert i kategori sammen med Bahrain og Kuwait av Amnesty*.
- Screening of websites for 'greenwashing': half of green claims lack evidence*. (2021). European Commission: European Commission. Tilgjengelig fra: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP\\_21\\_269](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_21_269) (lest 21.05.2021).
- Siew, R. Y. (2015). A review of corporate sustainability reporting tools (SRTs). *Journal of environmental management*, 164.
- Sjåfjell, B. (2018). Redefining the corporation for a sustainable new economy. *Journal of law and Society*, 45 (1).
- Skouloudis, A., Evangelinos, K. & Kourmoussis, F. (2010). Assessing non-financial reports according to the Global Reporting Initiative guidelines: evidence from Greece. *Journal of Cleaner Production*, 18 (5).
- Smith, A. (1776). *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. *The Glasgow edition of the works and correspondence of Adam Smith*, 2.
- Smith, K. T. & Brower, T. R. (2012). Longitudinal study of green marketing strategies that influence Millennials. *Journal of Strategic Marketing*, 20 (6).
- StandardNorge. (u.å-a). *Miljøledelse - ISO 14000*. Standard Norge.
- StandardNorge. (u.å-b). *Samfunnsansvar - ISO 26000*. Standard Norge.
- Statista. (2019). *Leading fashion & clothing retailers ranked by turnover in Europe 2019*. Statista: Published by Tugba Sabanoglu, Sep 17, 2020. Tilgjengelig fra: <https://www.statista.com/forecasts/711107/turnover-of-clothing-retailers-in-european-union-eu>.
- Strand, S. (2019). *Hva er ESG og hvordan kan du tjene penger med god samvittighet?*

- Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of management review*, 20 (3).
- Tantalo, C. & Priem, R. L. (2016). Value creation through stakeholder synergy. *Strategic Management Journal*, 37 (2): 314-329.
- Tomlinson, K. (2017). *Oil and gas companies and the management of social and environmental impacts and issues: The evolution of the industry's approach*: WIDER Working Paper.
- UN Global Compact and GRI Strengthen Collaboration for the New SDG Era*. (2016). UN Global Compact. Tilgjengelig fra: <https://unglobalcompact.org.au/7081-2/>.
- UN Global Compact homepage*. (u.å). Tilgjengelig fra: <https://www.unglobalcompact.org/> (lest 22 Mai).
- Universal Registration Document - Total*. (2019).
- Utenrikskomiteen. (2008-2009). *Innstilling fra utenrikskomiteen om næringslivets samfunnsansvar i en global økonomi. Innst. S. nr. 200. Kildedok: St.meld. nr. 10*. Stortinget.
- Walker, K. & Wan, F. (2012). The harm of symbolic actions and green-washing: Corporate actions and communications on environmental performance and their financial implications. *Journal of business ethics*, 109 (2).
- Ward, S. (2020). *What Is Green Marketing?* small business. Tilgjengelig fra: <https://www.thebalancesmb.com/green-marketing-2948347> (lest 22. mars).
- Wartick, S. L. & Mahon, J. F. (1994). Toward a substantive definition of the corporate issue construct: A review and synthesis of the literature. *Business & Society*, 33 (3): 293-311.
- Weber, R. (1990). *Basis Content Analysis*. 2nd edn. .
- Werhane, P. H. & Freeman, R. E. (1999). Business ethics: the state of the art. *International Journal of Management Reviews*, 1 (1): 1-16.
- Written evidence submitted by the Waste and Resources Action Programme (WRAP)*. (2018). parliament, U.
- Ørstavik, G. (2020). *Arbeidsliv: FN Sambandet*. Tilgjengelig fra: <https://www.fn.no/tema/arbeidsliv/arbeidsliv>.

# 11. Vedlegg

## Vedlegg 1. Analyse olje og gass-sektoren

Selskap	Equinor	Royal Dutch Shell	BP	Total	Repsol	OMV group	Neste	Equinor	Royal Dutch Shell	BP	Eni	PKN Orlen	Galp Energia
År:	2019	2019	2019	2019	2019	2019	2019	2019	2019	2019	2019	2019	2019
Sektor	Olje/gas	Olje/gas	Olje/gas	Olje/Gas	Olje/Gas	Olje/Gas	Olje/Gas	Olje/Gas	Olje/Gas	Olje/Gas	Olje/gas	Olje/Gas	Olje/Gas
GRI:	Ja	Ja	Ja mf.	Ja mf.	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
<b>GRI 200</b>													
201	Mulige poeng:												
201-1	1	0,75	0,75	0,5	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75
201-2	1	1	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	1	0,8	1	0,8
201-3	1	0,8	0,6	0,9	0,6	0,1	0,5	0,1	0,8	0,6	0,9	0,4	0,2
201-4	1	0	0	0,5	1	0,33	1	0,33	0	0	0,5	0,5	0
202													
202-1	1	0	0	0	0,75	0,5	0,5	0	0	0	0	0,5	0
202-2	1	0	0,5	0,3	0,5	1	0,3	0	0	0,5	0,25	0,5	0
203													
203-1	1	0	0,1	1	0	0	0,2	0,1	0	0,33	1	0,75	1
203-2	1	0,5	0,5	0,5	0,5	0,25	0,2	0,5	0,5	0,5	0,5	0,75	0,75
204													
204-1	1	1	0,33	0,2	0	0,5	1	0	1	0,33	0,1	0,9	0,9
205													
205-1	1	0,5	0	0,5	0,5	0,2	1	0,2	0,5	0	0,5	0,75	1
205-2	1	0,8	0	0,2	0,1	0,2	0,2	0,2	0,8	0	0,1	0,7	0,6
205-3	1	0	0,25	0	0,75	0	1	0,5	0	0,25	0	0,3	0
206													
206-1	1	1	0	0,75	0,75	0,1	1	1	1	0	0,75	1	0
207													
207-1	1	0,75	1	1	1	1	0,5	0,5	0,75	1	1	1	0
207-2	1	0,1	1	1	0,3	0,3	0	0	0,1	1	1	0,2	0
207-3	1	0	0,2	0,7	0,3	0,5	0,1	0	0	0,5	0,66	0,2	0
207-4	1	0,6	1	1	0,1	0,75	0	0	0,5	0,9	1	1	0
<b>GRI 300</b>													
301													
301-1	1	0,1	0	0	0,2	0,2	0	0,5	0,1	0	0	0,5	1
301-2	1	0	0	0	0	0	0	0,1	0	0	0,1	0	0
301-3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
302													
302-1	1	1	1	1	0,1	0,5	0,5	0,5	1	1	1	1	0,85
302-2	1	1	1	1	0	0,2	0	0	1	1	1	0	0
302-3	1	0	1	0,75	1	0,5	0	0,3	0	1	0,25	0,5	0
302-4	1	0	1	1	0	0,2	0,2	0	0	1	1	0,2	0,5
302-5	1	0	0,5	1	0,2	0,3	0,2	0,2	0	0	0,9	0,2	0
303													
303-1	1	0,25	0,5	0	0,4	0,2	0,75	0	0,25	0,5	0	0,25	0
303-2	1	0,2	0,5	0	0,5	0	0,75	0	0	0,25	0	0,2	0
303-3	1	0,2	0,25	0,5	0,75	0,5	1	0,25	0,2	0,25	0,5	0,75	0,25
303-4	1	0,1	0	0,5	0,75	0,75	0,5	0,2	0,1	0	0,5	0,2	0
303-5	1	0	0,2	0,5	0,75	0	0,5	0	0	0,25	0,5	0	0,25
304													
304-1	1	0,8	0,8	0,8	0	0,5	0	0	0,9	0,8	0,8	0,6	0
304-2	1	0,2	0,1	0	0,1	0,1	0,1	0	0,2	0	0	0	0,2
304-3	1	0	0,5	0	0	1	0	0	0	0,5	0	0,2	0,25
304-4	1	1	0	0	0,1	1	0	0	1	0,1	0	0,2	1
305													
305-1	1	0,8	1	0,5	0,85	0,75	1	0,5	0,8	1	0,5	1	0,3
305-2	1	1	1	0,4	0,85	0,8	0,75	0,75	1	1	0,4	1	0
305-3	1	0,8	1	0,1	0,85	0,8	0,5	0,5	0,8	1	0	1	0
305-4	1	0,75	1	0,75	0,5	1	0,5	0	0,75	1	0,75	1	0
305-5	1	0,75	1	0,75	0,85	0,75	0,5	0,5	1	1	1	1	0,1
305-6	1	0	0,75	0	0	0	1	0	0	0,5	0	0	1
305-7	1	0,8	1	1	0,5	1	1	1	1	1	1	0,9	1
306													
306-1	1	0,2	0	0,75	0,5	0,2	0,75	0	0	0	0,75	0,5	0,8
306-2	1	0,7	0,3	0,3	0,6	0,2	0,75	0,7	0,5	0,66	0,33	0,2	0
306-3	1	0,75	0,8	1	0,25	1	0,5	0,2	1	1	1	1	0,9
306-4	1	0,6	0,8	1	0,45	1	0,25	0,2	1	0,8	1	0,9	0,2
306-5	1	0,6	0	0,75	0,45	1	0,25	0,2	0,5	0	0,75	0,9	0,3
307													
307-1	1	0	0,2	0,25	0	1	1	1	0,33	0,5	0,33	1	1
308													
308-1	1	0	1	0	0,1	1	0,5	0,5	0	1	0	0,2	0,1
308-2	1	0	0	0	0,25	0,75	0	0	0	0	0	0,2	0



GRI 400															
401															
401-1	1	0,4	0	1	0,5	1	1	0,25	0,4	0,25	0,75	0,6	1	1	
401-2	1	0	0	0	0	1	0,5	0	0	0	0	0,1	1	0,75	
401-3	1	0,2	0	0	0,2	1	0,8	0	0,2	0	0,2	0,2	0	0,4	
402															
402-1	1	0	0	0,2	0,1	0,5	0	0	0	0	0	0,5	0	0,5	
403															
403-1	1	1	0,5	0,5	0,5	1	0,75	0,2	1	0,75	0,5	0,75	0,5	0,5	
403-2	1	0,75	0,7	0,5	0,75	0,25	0,5	0,2	1	0,7	0,5	0,25	0,2	0,1	
403-3	1	0,6	0,2	0,5	0,5	0,5	0,5	0	0,75	0,5	0,5	0	0	0	
403-4	1	0,25	0,5	0	0,5	0	0,3	0	0,25	0,5	0,2	0	0,2	0	
403-5	1	0,5	0,25	0,2	0,5	0	0,75	0,2	0,5	0,5	0,1	0,5	0,5	0	
403-6	1	0,25	0	0	0,7	0	1	0	0,25	0,5	0	0,5	1	1	
403-7	1	0	0,5	0	0,5	0	0,75	0	0	0,5	0,2	0,1	0,5	0	
403-8	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,2	
403-9	1	0,8	0,5	0,5	0,5	0,5	0,8	0	0,8	1	0,5	0,9	0,15	0,1	
403-1	1	0	0,5	0	0,2	0	0	0	0	0,2	0	0,6	0	0	
404															
404-1	1	0,3	0	0	0,75	1	1	0	0,33	0,1	0	0,66	1	1	
404-2	1	0,5	0	0,2	0,75	0,5	1	0	0,5	0,2	0,2	0,2	0,75	0,5	
404-3	1	1	0	0,5	0	1	0,5	0	1	0	0,8	1	0	1	
405															
405-1	1	0,5	0,3	0,75	1	0,75	1	0,4	0,5	0,3	0,6	0,9	1	1	
405-2	1	0,5	0	0,75	0	1	0	0,2	0,5	0	0,75	1	0	0,5	
406															
406-1	1	0,75	0	0	1	1	0	0	0,5	0,2	0	0,25	0	0,75	
407															
407-1	1	0	0,1	0	0,2	0,2	0,2	0	0	0,25	0	0,3	0	0,5	
408															
408-1	1	0	0,2	0	0	0,2	1	0	0	0,2	0	0,2	0	0,66	
409															
409-1	1	0	0,2	0,1	0	0,2	1	0	0	0,25	0,25	0	0	0,5	
410															
410-1	1	0	0	0	0,5	1	0	0	0	0,1	0,1	1	0	0,2	
411															
411-1	1	1	0	0,2	0	1	1	0	1	0	0,2	0	0	1	
412															
412-1	1	0,75	0,8	0	0,5	1	0	0,1	0,75	0	0	0,75	0	1	
412-2	1	0,5	0,5	0	0,2	0,75	0,5	0	0,5	0,1	0	1	0	0,1	
412-3	1	0	0	0	0	0,75	0	0	0	0	0	0,4	0	0	
413															
413-1	1	0,2	0,1	0	0,75	0,5	0,5	0	0,5	0,5	0,2	0,75	0,75	0,75	
413-2	1	0,75	0,75	0,75	0,5	0,75	0,3	0	0,75	0,75	0,75	0	0	0,5	
414															
414-1	1	0	0,1	0	0	1	0,5	1	0	0	0	1	0,1	0,75	
414-2	1	0	0,1	0	0,3	0,25	0,75		0	0,1	0	0,75	0	0,4	
415															
415-1	1	0,2	1	0	1	1	0,5	1	1	0	0	0	0	0	
416															
416-1	1	0	0,1	0	0	0,5	0	0	0	0,25	0	0	0	0	
416-2	1	0	0	0	0,3	1	0	1	0	0	0	0	1	1	
417															
417-1	1	0	0,1	0	0,1	0	0	0	0	0,1	0	0	0,75	0,75	
417-2	1	0	0	0	0,1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	
417-3	1	0	0	0	0,1	0	0	0,5	0	0	0	0	0	1	
418															
418-1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0,75	1	
419															
419-1	1	0	0	0,5	0	1	1	0	0	0	0,5	0,5	0	1	
	89	32,1	32,0	31,4	34,9	46,4	41,0	17,9	34,1	33,4	32,2	42,3	26,6	51,1	
	100 %	36 %	36 %	35 %	39 %	52 %	46 %	20 %	38 %	37 %	36 %	47 %	30 %	57 %	

## Vedlegg 2. Analyse av IKT-Sektoren

Selskap:	SAP	Accenture	TE Connectivity	Nokia	Cap Gemini	ASML Holding	SAP	NXP Semicondutor	Relx	Ericsson	ATOS	
År:	2019	2019	2019	2019	2019	2019	2019	2019	2019	2019	2019	
Sektor	IKT	IKT	IKT	IKT	IKT	IKT	IKT	IKT	IKT	IKT	IKT	
GRI:	Ja	Ja	Ja	nei	Nei	Ja	Ja	(eq SAS)	GRI100	Ja	Ja	
<b>GRI 200</b>												
301 ulike poeng:												
201-1	1	0,75	0,75	0,75	0,75	0,5	0,5	0,75	0,5	1	0,5	0,8
201-2	1	0	0,2	0,2	0,2	0	0,8	0	0,8	0,5	0,2	0,8
201-3	1	0,6	0,2	0,2	0,5	0	1	0,6	0,7	0,75	0,4	0,2
201-4	1	0	0	0	0,5	0	0,1	0	0,3	0	0,1	1
302												
202-1	1	0	0	0	0,5	0	0	0	0	0	0	0,5
202-2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0,25	0	0,25
303												
203-1	1	0	0	0	0,5	0	0,1	0	0	0,25	0,1	0,5
203-2	1	0,5	0,25	0,5	0,25	0	0,5	0,5	0,5	0,75	0,2	0,5
304												
204-1	1	0,5	0,1	0,2	0	0	1	0,66	0	0,2	0,33	0,3
305												
205-1	1	0,5	0	0	0,5	0	0	0,5	0	0	0,5	0,5
205-2	1	0,2	1	0,2	0,2	0	0,1	0,2	0,2	1	0,45	0,6
205-3	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0,5	0,25
306												
206-1	1	1	0	0	0	0	0,2	1	0,5	0	0,3	0
307												
207-1	1	0	0	0	0,75	0,1	1	0	0,1	1	0	0
207-2	1	0	0	0	0	0	0,33	0,33	0,2	0,5	0	0,1
207-3	1	0	0	0	0	0	0	0	0,1	0,33	0	0
207-4	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0,2	0	0
<b>GRI 300</b>												
301												
301-1	1	0	0	0,2	0	0	0	0	0,2	0,2	0,5	0,2
301-2	1	0	0	0,25	0	0	0	0	0	0	0	0
301-3	1	0	0	0	0,5	0	0,1	0	0,1	0	0	0
302												
302-1	1	0,7	0,75	0,5	1	1	0,6	0,5	1	0,2	0,5	0,5
302-2	1	0	0	0	1	0,5	0	0	0	0	1	1
302-3	1	0	0	0,5	0	0	0	0,5	0	0,75	0,4	1
302-4	1	0,5	0,75	0,2	0,75	0,75	0,75	1	1	0,6	0,6	0,75
302-5	1	0,2	0,5	0,2	1	0,75	0	0	1	0	1	1
303												
303-1	1	0,2	0	0,2	0,75	0	0,1	0,25	0,4	0,1	0	0,1
303-2	1	0	0	0	0,5	0	0	0	0,2	0	0	0
303-3	1	0	0	0,25	0,75	0	0	0	0,5	0	0	0
303-4	1	0	0	0	0	0,1	0	0	0,1	0	0	0
303-5	1	0,2	0,2	0,2	0	0,1	0,2	0,2	0,25	0,2	0,2	0,25
304												
304-1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
304-2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,5
304-3	1	0	0,1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
304-4	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
305												
305-1	1	1	0,2	0,25	0,3	0,4	1	1	0,8	0,5	0,4	1
305-2	1	1	0,2	0,25	1	0,4	1	1	0,8	0,65	0,4	1
305-3	1	1	0,2	0,25	0,85	0,4	1	1	0,7	0,65	0,55	1
305-4	1	0,5	0,3	1	1	0	1	0,75	0,5	0,75	0,75	1
305-5	1	1	0	0,2	0,5	0	1	1	1	0,8	0,6	1
305-6	1	0	0	0	1	0,75	0	0	0,25	0	0	1
305-7	1	0	0	0	0,75	0	0	0	0,66	0	0,66	1
306												
306-1	1	0,66	0,5	0,2	0,75	0	0,1	0,5	0,5	0,2	0	0,5
306-2	1	0,4	0,6	0,3	0,75	0,15	0,3	0,2	1	0,33	0,1	0,2
306-3	1	0,2	0,5	0,2	1	0,5	1	0,25	1	0,3	0,25	0,5
306-4	1	0	0,2	0	0,8	0,2	0,8	0	0,75	0,75	0,3	0,2
306-5	1	0	0,2	0	0,8	0,2	0	0	0,8	0,2	0,3	0,2
307												
307-1	1	0	0	0	1	0	0	0	0,5	0	0	1
308												
308-1	1	0,1	0,2	0,1	0,5	0	0,25	0	0	0	0	0
308-2	1	0	0,25	0,2	0,6	0,2	0,8	0	0	0,2	0,2	0,3

GRI 400													
401													
401-1	1	0,5	0,16	0	0,5	0	1	0,75	0,33	0	0,25	1	
401-2	1	0	0	0	0,5	0	0,1	0,5	0,75	0,1	0	0,3	
401-3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,2	
402													
402-1	1	0	0,2	0	0	0	0	0	0,5	0	0,5	0,25	
403													
403-1	1	0	0,25	0	0,75	0	0,8	0	0,75	0,5	0,2	0	
403-2	1	0,1	0	0,25	0,25	0	0,7	0	0,75	0,1	0,1	0,1	
403-3	1	0	0	0	0	0	0	0	0,25	0,1	0	0	
403-4	1	0	0	0	0	0	0,25	0	0,1	0	0	0	
403-5	1	0	0,3	0,2	0	0	0,75	0	0,1	0,25	0	0,2	
403-6	1	0	0,8	0	0	0	0	0	0,5	0,75	0	0,5	
403-7	1	0	0	0,5	0	0	0,5	0	0,5	0	0	0	
403-8	1	0	0,5	0	1	0	0	0	0	0	0,5	0	
403-9	1	0	0	0,2	0,5	0	0,3	0	0,3	0,3	0,15	0,15	
403-10	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
404													
404-1	1	0,2	0,1	0,3	0,5	0,1	0,75	0	0	0,1	0	0,3	
404-2	1	0,5	0,8	0	0,5	0	0,5	1	0,2	0,2	0,1	0,5	
404-3	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0,3	
405													
405-1	1	0,75	0,3	0,3	0,75	0,3	1	0,5	0,5	0,3	0,3	0,5	
405-2	1	0	0	0	0	0	0,5	0	0	0	0	1	
406													
406-1	1	0	0	0	0,75	0	0	0	0,2	0	0	0	
407													
407-1	1	0,1	0,1	0,5	0,2	0	0,5	0	0,25	0,2	0	0,1	
408													
408-1	1	0,1	0	0	0,2	0	0,1	0	0,33	0,1	0	0	
409													
409-1	1	0,1	0	0	0,2	0	0,5	0	0,5	0	0	0	
410													
410-1	1	0	0	0,5	0	0	0	0	0	0,2	0	0	
411													
411-1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
412													
412-1	1	0,2	0	0	0,2	0	0	0	0,1	0	0,25	0	
412-2	1	0	0,5	0,5	0	0	0,1	0	0,1	0	0	0,1	
412-3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
413													
413-1	1	0	0,5	0	0,4	0	0	0	0	0,75	0	0,1	
413-2	1	0	0	0,3	0,3	0	0,1	0,5	0	0	0	0	
414													
414-1	1	0	0	0	0,2	0	0,5	0	0	0	0	0	
414-2	1	0	0,1	0,3	0,5	0	0,3	0,2	0,6	0,2	0,3	0,3	
415													
415-1	1	0	0,5	0	1	0	0	0	0	1	0	0	
416													
416-1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
416-2	1	0	0	0	0	0	0,5	0	0	0	0	0	
417													
417-1	1	0	0	0,8	0	0	0	0	0,3	0	0	0	
417-2	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	
417-3	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	
418													
418-1	1	1	0	1	0,3	0	0	0,33	0	0	0	1	
419													
419-1	1	0,3	0,2	0	1	0	0	0	0,2	0	0	1	
	89	15,6	14,5	13,2	34,6	7,4	27,6	16,5	28,0	21,5	16,1	31,8	
	100 %	17 %	16 %	15 %	39 %	8 %	31 %	19 %	31 %	24 %	18 %	36 %	

### Vedlegg 3. Analyse av klessektoren

Selskap:	H&M	LVMH	Marks & Spencer	JD Sports	Inditex	Primark	C&A	Next	Calzedonia	Adidas	
År:	2019	2019	2019	2019	2019	2019	2019	2019	2019	2019	
Sektor	Klær	Klær	Klær	Klær	Klær	Klær	Klær	Klær	Klær	Klær	
GRI:	Ja	RI200 & 41	Ja	Nei	Ja	Nei	Ja	Nei	Ja	Ja	
<b>GRI 200</b>											
lulige poeng:											
201-1	1	0,8	0,8	0,8	0,6	0,75	0,5	0	0,5	0,5	0,6
201-2	1	0,5	0,8	0,2	0	0,6	0	0	0	0,2	1
201-3	1	0,2	0,2	0,6	0,2	0,2	0	0	0,2	0	0,6
201-4	1	0	0	0	0	0,3	0	0	0	0	1
<b>202</b>											
202-1	1	0,25	0	0	0	0	0	0	0	0	0
202-2	1	0	0	0,1	0,25	0	0	0	0	0	0
<b>203</b>											
203-1	1	0,5	0,5	0,5	0,33	0	0	0	0	0,3	0
203-2	1	0,5	0,5	0,25	0	0,25	0	0	0	0	0
<b>204</b>											
204-1	1	0	0	0	0,5	0	0	0	0	0	0
<b>205</b>											
205-1	1	0	0	0,5	0	0	0	0	0	0	0,5
205-2	1	0,4	0,4	0,4	0	0,2	0	0	0	0,2	0,4
205-3	1	0,4	0,75	0	0	1	0	1	0	1	0,25
<b>206</b>											
206-1	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0
<b>207</b>											
207-1	1	0,75	0	0,5	0,75	1	0,5	0	0,2	0	0
207-2	1	0,15	0,3	0,5	0,15	0	0	0	0	0	0
207-3	1	0,33	0	0,33	0,33	0	0	0	0	0	0
207-4	1	0	0	0	0	0,1	0	0	0	0	0
<b>GRI 300</b>											
<b>301</b>											
301-1	1	0,2	0	0	0	0,1	0	0,2	0	0,5	0
301-2	1	1	0	0	0	0,2	0	0	0	0,1	0
301-3	1	0,5	0,2	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>302</b>											
302-1	1	1	1	0,85	0,6	0,5	0	0,5	0,2	1	1
302-2	1	0	0	0	0	0	0	0,1	0	0,75	0
302-3	1	0,75	0,75	0,75	0	0	0	0	0	0,75	0
302-4	1	0,2	0,5	0,5	0	0,5	0,1	0	0,2	0,5	0,4
302-5	1	0	0	0	0	0	0	0,2	0	0	0
<b>303</b>											
303-1	1	0,75	0,25	0	0	0,5	0,1	0,2	0	0,5	0,5
303-2	1	0,5	0,25	0	0	0	0,1	0,5	0	0	0,25
303-3	1	0,5	0,5	0	0	0	0	0,2	0	1	0
303-4	1	0,5	0,4	0	0	0	0	0	0	0	0
303-5	1	0,5	0,5	0,1	0	0,2	0	0	0,1	0	0,25
<b>304</b>											
304-1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
304-2	1	0	0,1	0	0	0	0	0,1	0	0	0
304-3	1	0	0	0	0	0	0	0,2	0	0	0
304-4	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>305</b>											
305-1	1	1	0,5	0,85	0,3	0,5	0	0,2	0,2	0,75	0,7
305-2	1	0,7	0,7	0,9	0,3	0,5	0	0,2	0,2	0,75	0,8
305-3	1	0,85	0,7	0,3	0	0,2	0	0,25	0,2	0,75	0,5
305-4	1	1	0,75	0,75	0	0	0	0	0	0,5	0,75
305-5	1	1	0,5	0,8	0	0,2	0,1	0,2	0	0,5	0,5
305-6	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
305-7	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>306</b>											
306-1	1	0,5	0,25	0	0	0,5	0,75	0,1	0,2	0	0,25
306-2	1	0,66	0,33	0,1	0	0,3	0,6	0,3	0	0,5	0,66
306-3	1	0,1	0,75	0,1	0	0,5	0	0,5	0,2	1	0,75
306-4	1	0,2	0,3	0,1	0,1	0	0,2	0,2	0,1	0,7	0
306-5	1	0,1	0	0,1	0	0	0	0	0,1	0,7	0
<b>307</b>											
307-1	1	0,25	0	0	0	1	0	1	0	1	0
<b>308</b>											
308-1	1	0,25	0	0	0	1	0,2	0,5	0	0	0,75
308-2	1	0,4	0,4	0	0	0,5	0,2	0,2	0,1	0	0,6

GRI 400												
401												
401-1	1	0	0,5	0	0	1	0	0	0	0,75	0	
401-2	1	0	0	0	0,25	1	0	0	0	1	0,75	
401-3	1	0	0,1	0	0,2	0,2	0	0	0	0,1	0,1	
402												
402-1	1	0	0	0	0	0,75	0	0	0	0	0	
403												
403-1	1	0	0,1	0,1	0,1	0,5	0	0	0,1	0,75	0,1	
403-2	1	0,1	0,25	0	0	0,2	0,1	0	0,2	0,5	0,1	
403-3	1	0	0	0	0	0,2	0	0	0	0	0	
403-4	1	0	0,2	0,1	0,1	0	0,1	0	0	0,1	0	
403-5	1	0,2	0,5	0	0	0	0,1	0,1	0	0,1	0	
403-6	1	0	1	0,2	0,25	0,5	0,1	0	0,5	0	0,5	
403-7	1	0,2	0	0	0	0	0	0	0	0,5	0	
403-8	1	0	0	0	0	0,1	0	0	0	0,2	0	
403-9	1	0	0	0,15	0	0,2	0	0	0,2	0,4	0	
403-10	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
404												
404-1	1	0	0,33	0	0,1	0,75	0	0	0	0,3	0	
404-2	1	0,2	0,75	0	0,5	0,5	0	0,1	0,1	1	0,75	
404-3	1	0,1	0,25	0	0	1	0	0	0	1	0,1	
405												
405-1	1	0,33	0,75	1	0,33	0,5	0,5	0,75	0,3	1	0,5	
405-2	1	0,1	0	0,5	0,5	0	0	0	0,25	0,75	0,5	
406												
406-1	1	0,5	0	0	0	1	0	0	0	0	0	
407												
407-1	1	0,5	0,5	0	0,5	0	0	0,5	0	0	1	
408												
408-1	1	0,5	0,33	0,5	0,5	0	0	0,6	0	0	0,66	
409												
409-1	1	0,5	0,5	0,5	0,25	0	0	1	0	0	1	
410												
410-1	1	0	0	0	0	0	0,1	0	0	0	0	
411												
411-1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
412												
412-1	1	0,25	0	0	0	0,75	0	0,1	0	0,75	0,75	
412-2	1	0,25	0,25	0,25	0	0,1	0	0,1	0,25	0	0	
412-3	1	0,25	0,25	0	0	0,2	0	0	0	0	0	
413												
413-1	1	0,5	1	0,5	0,25	0,2	0,1	0,1	0,1	0	0,25	
413-2	1	0	0	0	0	0,2	0	0	0	0,1	0	
414												
414-1	1	0,25	0	0	0	1	1	0,1	0	0,1	0,75	
414-2	1	0,6	0,4	0,2	0,1	0,75	0,2	0,25	0,8	0,1	0,6	
415												
415-1	1	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0	
416												
416-1	1	1	0	0	0	0,5	0	1	0,5	1	0	
416-2	1	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	
417												
417-1	1	0,5	0	0	0	0,2	0	0	0	0,75	0	
417-2	1	1	0	0	0	1	0	1	0	0,75	0	
417-3	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	
418												
418-1	1	1	0	0	0	1	0	1	0	1	0	
419												
419-1	1	1	0	0	0	1	0	1	0	1	0	
	89	29,0	21,8	15,9	9,3	30,9	5,7	18,6	6,0	29,5	22,4	
	100 %	33 %	25 %	18 %	10 %	35 %	6 %	21 %	7 %	33 %	25 %	



**Norges miljø- og biovitenskapelige universitet**  
Noregs miljø- og biovitenskapelige universitet  
Norwegian University of Life Sciences

Postboks 5003  
NO-1432 Ås  
Norway