



*Miljöhänseende vid  
kreditgivning  
-En fallstudie av Swedbank*

*Jarl Strömgren*

---

*SLU, Institutionen för ekonomi  
Företagsekonomi  
D-nivå, 20 poäng*

*Examensarbete nr 486  
Uppsala, 2007*

ISSN 1401-4084  
ISRN SLU-EKON-EX-486--SE



*Lending with environmental concern*  
*-A case study of Swedbank*

*Miljöhänseende vid kreditgivning*  
*-En fallstudie av Swedbank*

*Författare: Jarl Strömgren*

*Handledare: Hanna Astner*

© Jarl Strömgren

Sveriges lantbruksuniversitet  
Institutionen för ekonomi  
Box 7013  
750 07 UPPSALA

ISSN 1401-4084  
ISRN SLU-EKON-EX-486-SE

Tryck: SLU, Institutionen för ekonomi, Uppsala, 2007

# Förord

## **Författaren vill tacka:**

Alla kreditgivare som har ställt upp vid intervjuerna samt Rolf Åkerblom och Helena Skeppner för den tid som de har lagt ner och deras hjälp.

Ett stort tack riktas till min handledare Hanna Astner, som har fungerat som vägledare och bidragit med många tips.

**Utan er hade inte denna uppsats varit möjlig att göra!**

**Uppsala, juni 2007**

**Jarl Strömgren**



# Abstract

**Degree thesis in business administration, Swedish University of Agricultural Science  
Master's degree, spring semester 2007**

**Author:** Jarl Strömgren

**Supervisor:** Hanna Astner

**Title: Lending with environmental concern – A case study of Swedbank**

**Background:** Last year (2006) has been a year when the environmental issues figured more often in the media, and the environmental awareness among common people increased. Environmental climate reports have lately been on the headline all over the world. As a result of the increasing population in the world, it's becoming more important to be aware of the environment. To do that, it is important to maximize the efficiency in the work with the environment. During the last couple of years, banks and other credit institutions have been working with a greater awareness of the environmental issues. These banks and credit institutions have a big influence on the society which leads to a greater influence on the environment. Lending is the most important way for the banks to influence the environment. But banks and credit institutions can also make economic benefits by having an environmental policy.

**Purpose:** The purpose with this essay is to study if the employees, who work with credit rating, sees the environment as a risk when they do their credit analyses. With this essay, the writer also tries to find out how well the communication system at Swedbank works and how the communication can be improved.

**Method:** This essay is a case study of Swedbank. Five credit raters of different sex and different age have been interviewed. The interviews have been made at two branch offices, one small at the countryside and one bigger in a city.

**Results:** The results from this study have shown that the employees have some environmental awareness but they need to get more extensive knowledge of environmental risks that can occur. The communication at the bank works in a certain extent, but if the credit raters shall get a greater environmental awareness, Swedbank must improve their education for the credit raters.

---

**Keywords:** Environment, risk, environmental analyse, lending, communication

# Sammanfattning

Examensarbete i företagsekonomi, Sveriges Lantbruksuniversitet (SLU),  
Magisteruppsats, Vt 2007

**Författare:** Jarl Strömberg

**Handledare:** Hanna Astner

**Titel:** Miljöhänsende vid kreditgivning – En fallstudie av Swedbank

**Bakgrund:** Det senaste året har varit ett år då miljömedvetenheten har ökat bland media och allmänheten. Alarmerande rapporter om framförallt klimatförändringar har varit en stor nyhet under den senaste tiden i hela världen. Med den ständigt växande folkmängden i världen har det blivit allt viktigare att låta miljön få en centralare betydelse i samhället. Det gäller att arbeta kontinuerligt med miljöarbetet för att kunna utveckla samhället effektivt med ett stort miljöhänsynstagande. Banker och andra kreditinstitutioner har först under senare tid börjat arbeta med större miljöhänsyn. Banker har stor möjlighet att påverka samhället att agera miljömedvetet. Just vid kreditgivning till företag har banker sin största möjlighet att påverka miljöfrågan. Här finns det möjlighet för banken att konkurrera med de andra aktörerna på kreditmarknaden för att öka dess marknadsandelar.

**Syfte:** Syftet med denna studie är att undersöka om miljörisker är någonting som kreditbedömare tar hänsyn till vid kreditgivning. Uppsatsen försöker även undersöka hur väl Swedbanks kommunikationssystem med miljöinformation fungerar och hur kommunikationen kan förbättras.

**Metod:** Denna uppsats bygger på en fallstudie av Swedbank. Intervjuer har gjorts med fem kreditgivare av olika kön och ålder. Intervjuerna har gjorts vid två olika kontor, ett mindre kontor vid en mindre ort och ett större kontor vid en större ort.

**Resultat:** Resultatet från studien visar att miljömedvetenheten hos kreditbedömarna som har intervjuats är relativt sett god men kreditbedömarna borde få en ökad förståelse för miljörisker. Kommunikationen inom banken fungerar till viss del men ifall kreditbedömarna ska få en djupare förståelse för miljörisker så behöver Swedbank se över sitt utbildningssystem.

---

**Nyckelord:** Miljö, risk, miljöanalys, kreditgivning, kommunikation



# Innehållsförteckning

<b>1</b>	<b>INLEDNING</b>	<b>1</b>
1.1	BAKGRUND	1
1.2	PROBLEM	2
1.3	SYFTE	3
1.4	AVGRÄNSNING	3
1.5	DISPOSITION	4
<b>2</b>	<b>METOD</b>	<b>5</b>
2.1	VAL AV METOD	5
2.2	FRÅGA	6
2.3	LITTERATUR FORSKNING	6
2.4	FRÅGESTÄLLNING	6
2.5	OBSERVATION	6
2.5.1	Kvalitativt eller kvantitativt angreppssätt?	7
2.5.2	Fallstudier	7
2.5.3	Val av kreditgivare	7
2.5.4	Hur intervjuerna har gått till	8
2.5.5	Intervjuguide	9
2.6	ANALYS	10
2.7	TOLKNING	10
2.8	RAPPORTERING	10
2.9	GILTIGHETSPRÖVNING	10
2.9.1	Reliabilitet	11
2.9.2	Validitet	11
2.10	KÄLLKRITIK	11
<b>3</b>	<b>TEORI</b>	<b>13</b>
3.1	KREDITBEDÖMNING	13
3.1.1	Varför kreditgivning?	13
3.1.2	Kreditöverenskommelsen	14
3.1.3	Kreditgivningsprocessen	14
3.1.4	Risker vid kreditgivning	15
3.1.5	Miljörisker	16
3.2	KOMMUNIKATIONSTEORI	16
3.2.1	Vad är kommunikation?	16
3.2.2	Kommunikationsprocessen enligt Jacobsen & Thorsvik	17
3.2.3	Kommunikation som styrning	17
3.2.3	Kommunikationskanaler	17
3.2.5	Kommunikationsproblem	18
<b>4</b>	<b>EMPIRISK BAKGRUND</b>	<b>21</b>
4.1	SWEDBANK	21
4.1.1	Historia	21
4.1.2	Kommunikationssystem	22
4.1.3	Miljöpolicy	23
4.1.4	Miljöpåverkan	24
4.1.5	Miljöanalys	25
4.2	MILJÖARBETET HOS SVERIGES STÖRSTA BANKER	25
4.2.1	Nordea	25
4.2.2	Handelsbanken	26
4.2.3	SEB	26
4.2.4	Danske bank	27
4.2.5	Sammanställande tabell	27
<b>5</b>	<b>EMPIRI</b>	<b>29</b>
5.1	INTERVJU MED MILJÖANSVARIG	29

5.2 KREDITGIVARE 1 (K1) .....	30
5.2.1 Bakgrund.....	30
5.2.2 Kreditgivning och miljöanalys .....	30
5.2.3 Kommunikation inom banken.....	31
5.2.4 Framtiden.....	31
5.3 KREDITGIVARE 2 (K2) .....	32
5.3.1 Bakgrund.....	32
5.3.2 Kreditgivning och miljöanalys .....	32
5.3.3 Kommunikation inom banken.....	32
5.3.4 Framtiden.....	33
5.4 KREDITGIVARE 3 (K3) .....	33
5.4.1 Bakgrund.....	33
5.4.2 Kreditgivning och miljöanalys .....	33
5.4.3 Kommunikation inom banken.....	34
5.4.4 Framtiden.....	34
5.5 KREDITGIVARE 4 (K4) .....	34
5.5.1 Bakgrund.....	34
5.5.2 Kreditgivning och miljöanalys .....	35
5.5.3 Kommunikation inom banken.....	35
5.5.4 Framtiden.....	36
5.6 KREDITGIVARE 5 (K5) .....	36
5.6.1 Bakgrund.....	36
5.6.2 Kreditgivning och miljöanalys .....	36
5.6.3 Kommunikation inom banken.....	37
5.6.4 Framtiden.....	37
5.7 SAMMANSTÄLLANDE TABELL .....	37
<b>6 ANALYS OCH DISKUSSION.....</b>	<b>39</b>
6.1 KREDITGIVNING.....	39
6.2 KOMMUNIKATION .....	41
<b>7 SLUTSATSER.....</b>	<b>45</b>
<b>8 EPILOG .....</b>	<b>47</b>
<b>REFERENSER.....</b>	<b>49</b>
<i>Litteratur och vetenskapliga rapporter</i> .....	49
<i>Internet</i> .....	50
<i>Video</i> .....	51
<i>Personliga referenser</i> .....	52
<b>BILAGA 1: INTERVJUGUIDE, KREDITBEDÖMARE .....</b>	<b>53</b>

# 1 Inledning

---

*I det inledande kapitlet av uppsatsen kommer själva problemområdet att förklaras. Vidare visas själva frågeställningen och syfte samt även de avgränsningar som har gjorts. Kapitlet avslutas med en disposition över uppsatsen.*

---

## 1.1 Bakgrund

Det senaste året har varit ett år då miljömedvetenheten har ökat bland media och allmänheten (Naturvårdsverket, 2006). I både kvälls och affärstidningar, via Internet och i TV-dokumentärer har miljöfrågor fått en större del av utrymmet (Internet, Ekonominyheterna, 2007). Miljöfrågan har varit en betydande PR-faktor hos företag under en längre tid. Detta har lett till att idag är det framförallt konsumenten som har ett ökat intresse och medvetenhet för miljöfrågan enligt Jonas Malmborg på Veckans affärer (Internet, Ekonominyheterna, 2007). För framtiden uttrycker han sig på detta sätt angående producenters miljömedvetenhet: ”Snart är det ett grundkrav – ej en konkurrensfördel”

Alarmerande rapporter om framförallt klimatförändringar har varit en stor nyhet under den senaste tiden i hela världen. Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC), eller även kallad FNs klimatpanel, kom ut med en rapport i början av februari 2007 som visade att forskare har undervärderat människans del av klimatpåverkan (FN, 2007). Från att människans påverkan betecknades som trolig i 2001 års rapport så har forskarna kommit överens om att människans klimatpåverkan nu har ökat till mycket trolig. Detta har stärkts i rapporten från 2007 genom att forskarna har avfärdat solens påverkan på klimatförändringar, vilket inte hade gjorts i den tidigare rapporten. De prognoser som gjordes i den tidigare rapporten från 2001 har redan inträffat, där prognosen om havsytans höjning till och med har överstigit den prognostiserande. Detta beror sannolikt på Grönlandsisens snabbare smältning än beräknat. Temperaturer på land och i vatten har ökat mer än prognostiserat för varje år och även koldioxidhalten har ökat. Under de senaste tolv åren har de elva varmaste somrarna inträffat med mätningar gjorda från och med år 1850. Förmodligen kan huvuddelen av den senaste tidens uppvärmning (från år 1950) härröras från de växthusgaser, som människan har släppt ut genom förbränning av fossila bränslen, framförallt olja och kol.

Med den ständigt växande folkmängden i världen (Internet, U.S. Census Bureau, 2007) har det blivit allt viktigare att låta miljön få en centralare betydelse i samhället. Utvecklingsländernas försök att följa med i globaliseringsprocessen och att allt snabbare försöka ta sig in på världsmarknaden har givit oss i västvärlden större ansvar för att tänka miljövänligt (Yergin & Stanislaw, 1998). Med fler ”ögon” som riktas mot oss måste vi ha en tydligare struktur för vårt miljöarbete. Vi måste kontinuerligt jobba med ett aktivt miljöarbete för att kunna visa att det går att utveckla samhällen effektivt och ekonomiskt med stora miljöhänsynstaganden. Konkurrensen har blivit ett viktigt styrmedel för att arbeta mot en bättre global miljö (Bingel, *et. al.*, 2002).

Att arbeta för en bättre miljö har blivit ett viktigt mål för många företag i Sverige sedan slutet av 1970-talet (Larsson, 1997). Det var först de tunga industrierna och skogs- och lantbruk som blev styrda av miljöregler. Med deras uppenbara utsläpp och kraftiga påverkan på natur och miljö fick de regler som de var tvungna att följa. Att minska energiförbrukning,

råvaruuttag och utsläpp har varit centrala delar vid miljöarbetet. Med tiden har fler branscher påverkats.

Att ta hänsyn till miljön och utforma en miljöpolicy inom företaget har blivit ett viktigt verktyg för att kunna positionera sig på marknaden. Idag arbetar många företag proaktivt med miljöfrågor, det vill säga att ligga steget före lagstiftningen och införa egna normer i verksamheten, för att bibehålla och förvärva nya kunder (Bingel, *et. al.*, 2002). För att företag ska kunna överleva eller utvecklas på marknaden så väljer fler företag att ha en miljövänlig inriktning för att skilja sig från sina konkurrenter (Internet, Miljömål, 2007). Gunilla Hadders som arbetar som konsult på "Respect Europe" och agerar rådgivare åt företag som vill minska sin klimatpåverkan har uttalat sig på följande sätt om hållbar utveckling: "Alla företag kan tjäna pengar genom att fokusera på hållbar utveckling. Om svenska företag börjar omställningen i tid kan det skapa konkurrensfördelar, både på kort och lång sikt" (Internet, Ekonominyheterna, 2007). Flera större bolag både i Sverige och utomlands har tydligare förstått vikten av att ha en miljövänligare policy. Exempelvis har banken HSBC som miljöpolicy att enbart köpa in miljömärkt el samt att även köpa regnskog som kompensation för de anställdas bil- och flygresor. Miljöfrågan är också en viktig parameter vad gäller kompetensen. Unga högskoleutbildade studenter efterfrågar arbetsgivare som tar miljöfrågan på allvar. Detta har visats under anställningsintervjuer enligt bland annat NCC:s miljöchef Göran Gerth (Internet, Ekonominyheterna, 2007). Miljöarbete har därmed blivit en viktig parameter vid sidan av lön, kompetensutveckling och flexibilitet vid valet av en framtida arbetsplats.

Banker och andra kreditgivande aktörer har först under senare tid arbetat med miljömål. De kan göra det på olika sätt, till exempel genom att minska sin elförbrukning och pappersförbrukning eller framförallt genom att införa miljöstadgar som företag måste följa för att beviljas krediter vid lån. Det senare förslaget är bankernas största möjlighet att kunna påverka sin verksamhet och även andra företags verksamheter mot en bättre miljö (Internet, Swedbank, 2007). Dessa kreditgivningarna med miljöhänsyn har blivit ett viktigt verktyg för banker och andra kreditgivande aktörer för att de ska kunna särskilja sig från sina konkurrenter.

## 1.2 Problem

Att arbeta med miljöfrågor är framtidsorienterat och snart ett måste, men att implementera miljömedvetenhet i till exempel kreditbedömning är svårt (pers. med., Skeppner, 2007). Det beror på att det finns många faktorer som ska vägas in i bedömningen och själva miljörisken har inte tidigare setts som en stor risk att räkna med. Vid dagens kreditbedömningar finns det en mängd olika aspekter som måste tas i beaktande. Företagaren och ledningen, företaget och dess omgivning samt ekonomiska resultat är enbart några exempel på de faktorer som kreditbedömaren måste grunda sin analys på (Broomé *et. al.*, 1997). Miljörisk är en risk som kan påverka exempelvis kundens återbetalningsförmåga och har därför en stor betydelse vid kreditanalysen. Även fast miljörisiker har blivit en viktigare del att ta med i analysen så står den fortfarande i konkurrens till andra risker och har därför inte ansetts vara särskilt betydelsefull. I dagens samhälle där tid är dyrbar så beaktas vissa risker mindre på grund av tidsbrist i arbetet vilket kan få oönskade konsekvenser. Miljöförstöring på grund av bristande miljörisikanalys innebär ett samhällsproblem där skog, mark, luft och vattendrag kan förstöras – en förstörelse som kan ta många år att reparera om det ens är möjligt (Larsson, 1997). Något annat som kan hända ifall inte kreditbedömarna tar med miljörisk som en

risk vid kreditbedömningen och en miljöolycka inträffar eller att företaget åläggs att betala vite, på grund av att inte lagen följts, är att banken kan råka ut för kraftigt ökade kostnader (pers. med., Skeppner, 2007). Detta beror på att företaget kan gå i konkurs eller bli olönsamma för bankerna eftersom återbetalningsförmågan hos företaget minskar eller till och med uteblir. Bankens ”goodwill”-värde gentemot omgivningen kan även försämrats vid brist i riskanalysen av miljöaspekter.

Hos de flesta företag är det ledningen, det vill säga den strategiska delen inom företaget, som sätter upp mål och riktlinjer för verksamheten som sedan den stora massan, det vill säga den operativa delen ska följa och arbeta mot. För att underlätta arbetet med att uppnå målen så är det viktigt att kommunikationen inom organisationen fungerar eftersom kommunikation är det viktigaste medlet en organisation har för att motivera de inblandade (Jacobsen & Thorsvik, 2002). Fungerar inte kommunikationen av miljörisiker så brister själva målsättningen med bankens miljöpolicy, vilket i sin tur kan leda till de problem som nämndes i slutet av förra stycket.

### 1.3 Syfte

Syftet med denna uppsats är att undersöka hur miljöarbetet hos en kreditgivande aktör fungerar. Denna uppsats bygger på en fallstudie som är gjord på en av Sveriges viktigaste kreditaktörer, nämligen Swedbank. Eftersom kreditgivning är bankens största möjlighet att påverka miljön ligger fokus på att undersöka bankens arbete med miljöanalyser vid kreditgivning.

Två frågor har ställts i denna uppsats för att ta reda på hur miljöarbetet vid kreditgivning hos en av Sveriges största banker ser ut i dagsläget. De är som följer nedan;

- Är miljörisiker någonting som kreditbedömaren tar hänsyn till vid kreditgivning?
- Hur väl fungerar kommunikationssystemet med miljöinformation vid kreditgivning inom banken och hur kan kommunikationen förbättras?

Resultaten från studien kan användas som underlag för framtida diskussioner om hur miljöriskimplementeringen hos kreditbedömaren inom banken kan göras. Studien förväntas även ge en ökad förståelse för hur miljömedvetenheten hos kreditbedömaren ser ut.

Den målgrupp som detta arbete är riktat till är framförallt de ledande inom banker och andra kreditgivningsinstitut som arbetar med miljöfrågor vid kreditgivning för att de ska kunna få en ökad förståelse av kreditbedömarnas miljöarbete. Uppsatsen är även riktad till personer som är allmänt intresserade av banker och dess miljöarbete, särskilt vid kreditgivning.

### 1.4 Avgränsning

Uppsatsen kommer enbart att behandla en bank, nämligen Swedbank. Valet av Swedbank beror på deras aktiva miljöarbete med hänsyn till deras ISO 14001-certifiering. Detta miljöarbete är en integrerad del i verksamheten där banken kontinuerligt arbetar proaktivt med miljöfrågor.

Uppsatsförfattaren har avgränsat sig till fem kreditbedömare med olika bakgrund i banken för att försöka skapa en förståelse för deras syn på kreditgivning. Respondenterna har varierande ålder och har representerats av båda könen. Dessa fem kreditgivare representerar två kontor, ett mindre landsbygdskontor och ett större stadskontor.

Relevant litteratur om kreditgivnings- och kommunikationsprocessen har valts ut med omsorg för att belysa hur det teoretiska arbetet ska fungera både vid kreditgivning och hur kommunikationen ska gå till.

## 1.5 Disposition

Följande figur beskriver på ett överskådligt sätt arbetets uppdelning över kapitlerna och ger samtidigt en sammanfattad kort beskrivning vad varje kapitel handlar om.

**Kapitel 1:** Belyser bakgrunden och problemformuleringen för uppsatsen samt syfte och avgränsningar.

**Kapitel 2:** Beskriver arbetets tillvägagångssätt.

**Kapitel 3:** I detta kapitel visar uppsatsförfattaren vilka teorier som har använts i arbetet.

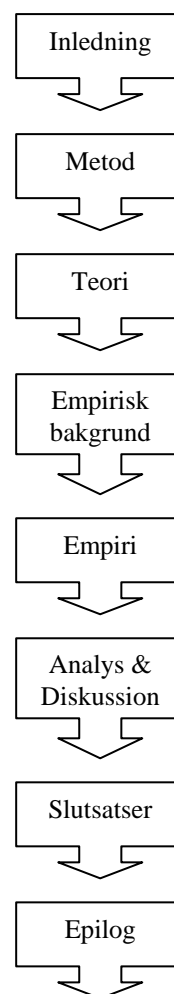
**Kapitel 4:** Den empiriska bakgrunden ska ge läsaren en förståelse inför den empiriska delen.

**Kapitel 5:** Här redovisas respondenternas svar på de frågor som har ställts under intervjuerna.

**Kapitel 6:** I detta viktiga kapitel analyseras de fakta som har framkommit under intervjuerna utifrån teorin.

**Kapitel 7:** Här görs en sammanfattning av de slutsatser som kan dras utifrån analysen.

**Kapitel 8:** I det avslutande kapitlet diskuteras de banker och andra kreditgivande aktörers miljöarbete och även uppsatsförfattaren tar upp sina tankar.



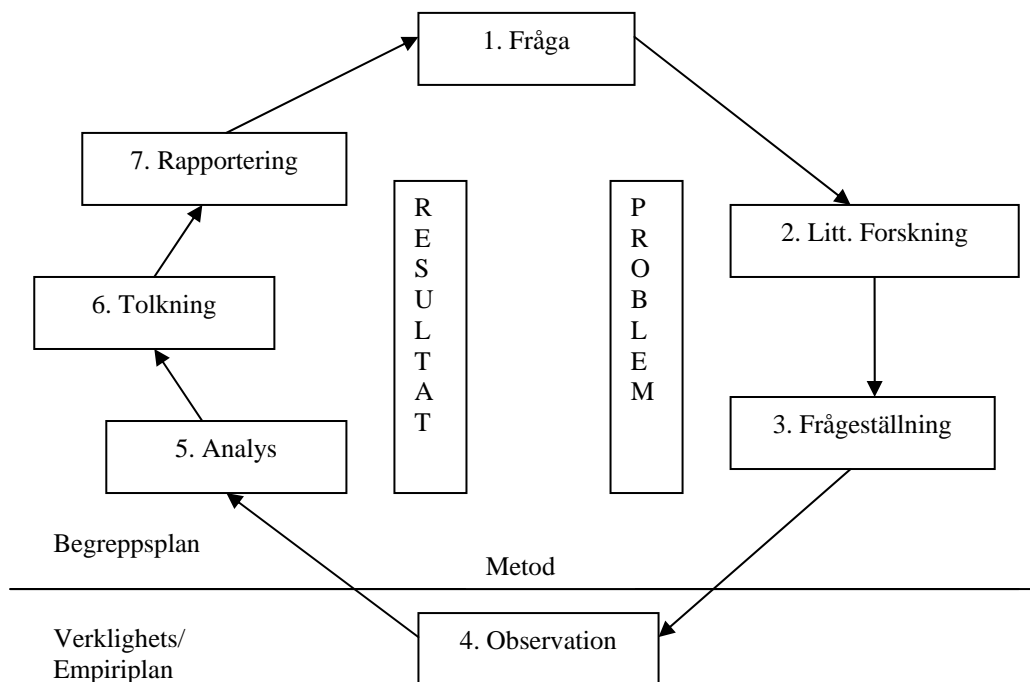
Figur 1: "Uppsatsens disposition" (egen bearbetning, 2007)

## 2 Metod

*I detta kapitel kommer den metod som har använts i arbetet att förklaras närmare. De olika stegen förklaras separat och kapitlet avslutas med kritik mot de källor som har använts.*

### 2.1 Val av metod

Metodarbetet i denna uppsats har följt nedanstående modell av Backman (1998). Modellen utgörs av det så kallade "forskningshjulet", vilket på ett överskådligt sätt visar hur själva forskningsprocessen i denna uppsats har gått till. Ett antal olika processer följs av diverse aktiviteter i forskningshjulet. Varje del i modellen hör ihop med en annan del vilket innebär att forskningshjulet inte innehåller någon separat eller isolerad företeelse. De olika företeelserna går ihop med varandra, vilket gör det svårt att dra någon gränslinje dem emellan. Denna uppsats kommer att förklara dessa delar enskilt. Figuren delas av en horisontell linje som markerar att forskningsarbetet består av två plan. Det övre planet benämner Backman "begreppsplan" medan han benämmer det undre planet "verklighetsplan" eller "empiriplan". Begreppsplanet är själva observationerna som försöker testa det undre planet som ska föreställa verkligheten eller med ett annat namn empirin.



Figur 2: "Den traditionella forskningsprocessen", (Egen bearbetning av Backman, 1998, 25)

Här nedan kommer en mer detaljerad beskrivning av hur tillvägagångssättet har fortgått under uppsatsarbetet. Varje steg i modellen ovan kommer att förklaras mer ingående.

## 2.2 Fråga

Alla uppsatsarbeten består enligt Backman (1998) av en eller flera frågor som initieras av exempelvis författaren, organisation eller annan extern person. Frågan är en central del av uppsatsarbetet och den ska ge upphov till en mängd olika ”varför”. Att vara nyfiken och ha en benägenhet att ställa frågor är ett viktigt karaktärsdrag hos undersökare för att kunna få tillfredsställande svar på den ställda frågan. Huvudfrågorna i denna magisteruppsats är att undersöka hur bankens miljöarbete vid kreditgivning ser ut i ”verkligheten” och hur begreppet miljörisk kommuniceras inom banken?

## 2.3 Litteratur forskning

Enligt Backman (1998) är detta ett moment som inte kan undgås. Att vara påläst och ta del av tidigare dokumentation är ett måste för arbetet med uppsatsen. Även läsaren får en bättre bild av ”varifrån forskningen kommer”. Det blir möjligt att se vilka teorier och principer som författaren har tillämpat (Denscombe, 2000). Litteraturgranskningen är första steget in i den senare undersökande processen. Den viktigaste funktionen som själva litteraturundersökningen innehar är att formulera en betydelsefull problemformulering som kan vara den viktigaste delen i hela den undersökande processen i uppsatsarbetet enligt Backman (1998). Undersökningsarbetet av litteratur i denna uppsats har gjorts via biblioteksdatabaser där sökmotorer såsom Libris och Samsök har använts. Vetenskapliga artiklar och skriftlig litteratur har använts och haft en betydande vikt. Även Internet har varit en viktig källa, framförallt vid insamling av empirisk information, som till exempel information kring miljöarbetet hos olika banker.

## 2.4 Frågeställning

När det inte finns någon hypotes eller problemställning så använder forskaren sig, enligt Backman (1998), av frågeställning. Frågeställningen ska skildra empirin och fråga sig ”Hur ser det ut?”. Den ska även vara avgränsad och nedskuren till rimliga proportioner (Teorell & Svensson, 2007). Kampen mellan perspektiv och problemformulering är inte enbart en kognitiv fråga, det vill säga har inte enbart att göra med förstånd eller kunskap, utan är även en intresse- och maktfråga (Lundahl & Skärvad, 1999). Enligt Teorell & Svensson (2007) finns det tre typer av frågeställningar: beskrivande, förklarande och värderande frågeställningar. Att beskriva innebär att försöka säga hur någonting är, att förklara beskriver varför någonting är som det är och slutligen att värdera innebär att tycka hur någonting bör vara det vill säga lägga in en värdering. Givetvis behöver inte en uppsats enbart kategoriseras in i en av dessa grupper utan kan innehålla en frågeställning som berör även de andra punkterna. Denna uppsats är inriktad mot den beskrivande frågeställningen. Meningen är att försöka beskriva hur miljöarbetet förmedlas och följs upp av de anställda hos en betydande kreditgivningsaktör på den svenska marknaden.

## 2.5 Observation

Det är inom detta moment som alla typer av undersökningar, observationer, intervjuer etcetera knyts ihop med den empiriska verkligheten.



### 2.5.1 Kvalitativt eller kvantitativt angreppssätt?

Datinsamlingen som undersökaren gör sker antingen på ett kvantitativt eller kvalitativt sätt (Backman 1998). Vad som menas med denna åtskillnad mellan begreppen är ifall syftet med uppsatsen är att mäta hur mycket som finns av någonting, det vill säga mäta på ett kvantitativt sätt eller beskriva företeelsers kvaliteter, med andra ord kvalitativt arbetsätt (Teorell & Svensson, 2007). Att skilja dessa två begrepp är svårt, men många forskare har försökt att göra det ändå. Att skilja ut data i "hårda" eller "mjuka" delar är ett sätt där forskare vill visa att siffror och statistik tillhör den hårda kvantitativa delen medan intervjuer och djupare förklaringar tillhör den mjuka kvalitativa forskningen. Även Backman (1998) följer denna linje och hävdar att kvantitativa metoder är vid användningen av mätningar, kvantifiering med hjälp av matematik och statistik, medan kvalitativa metoder kännetecknas av att de inte använder sig av siffror eller tal. Enligt Andersen (1994) används de kvantitativa metoderna när det studerade materialet ska göras mätbart och kunna presenteras numeriskt. Kvalitativa forskningsmetoder är istället ett fenomen som består av en unik kombination av kvaliteter och egenskaper som inte går att mäta (Andersen, 1994). Företrädarna för den sistnämnda metoden förnekar att allt kan göras mätbart. Med tanke på frågeställningen i denna uppsats lämpar sig en kvalitativ metod bättre eftersom författaren vill få en djupare förståelse av hur arbetet inom kreditgivningsområdet fungerar. Det är även ett relativt sett outforskat område som är aktuellt och omtalat hos kreditgivare idag (pers. med. Skeppner, 2007).

### 2.5.2 Fallstudier

Fallstudier har blivit ett så vanligt angreppssätt vid kvalitativa studier, att det har inneburit att begreppet nästan har blivit synonymt med kvalitativ forskning (Lundahl & Skärvad, 1999). En fallstudie förklaras som en grundlig studerad undersökning av ett eller ett fåtal fall. Ett fall kan exempelvis vara en individ, grupp, företag, organisation eller något liknande. Ett syfte med att göra en fallstudie kan vara att skapa en helhetsförståelse av den studerade enheten (Gronmo, 2006). Vidare menar Gronmo (2006) att fallstudier oftast är intensiva och omfattar mycket information under studerandet. Enligt Bell (2006) är fallstudier ett särskilt lämpligt sätt att angripa ett problem för undersökare som arbetar själva, eftersom det ger den undersökande personen möjlighet att studera ett avgränsat område under en tidsbegränsad period. Författaren till denna uppsats har valt att göra en fallstudie av Swedbank för att utforska och se hur bankens miljöarbete går till inom kreditgivningsområdet.

### 2.5.3 Val av kreditgivare

Valet av respondent i denna uppsats var ett beslut som togs med tanke på Swedbanks redan kända aktiva miljöarbete. Swedbank var den första banken i Norden som blev certifierad enligt miljöledningssystemet ISO 14001. På Swedbanks hemsida är det även enkelt att läsa om deras aktiva miljöarbete och miljöpolicy i jämförelse med andra stora kreditaktörer på den svenska marknaden. Att banken utåt sett verkar arbeta för en bättre miljö i samhället gör det intressant att följa upp och se ifall banken verkligen lever upp till sina krav.

En annan bidragande orsak till valet av Swedbank är att författaren även arbetar vid banken, vilket innebär att det är lättare att få tag på information och intervjuobjekt som är relevanta för arbetet. Under hela arbetet har författaren dock försökt att skriva uppsatsen ur ett externt perspektiv.

## 2.5.4 Hur intervjuerna har gått till

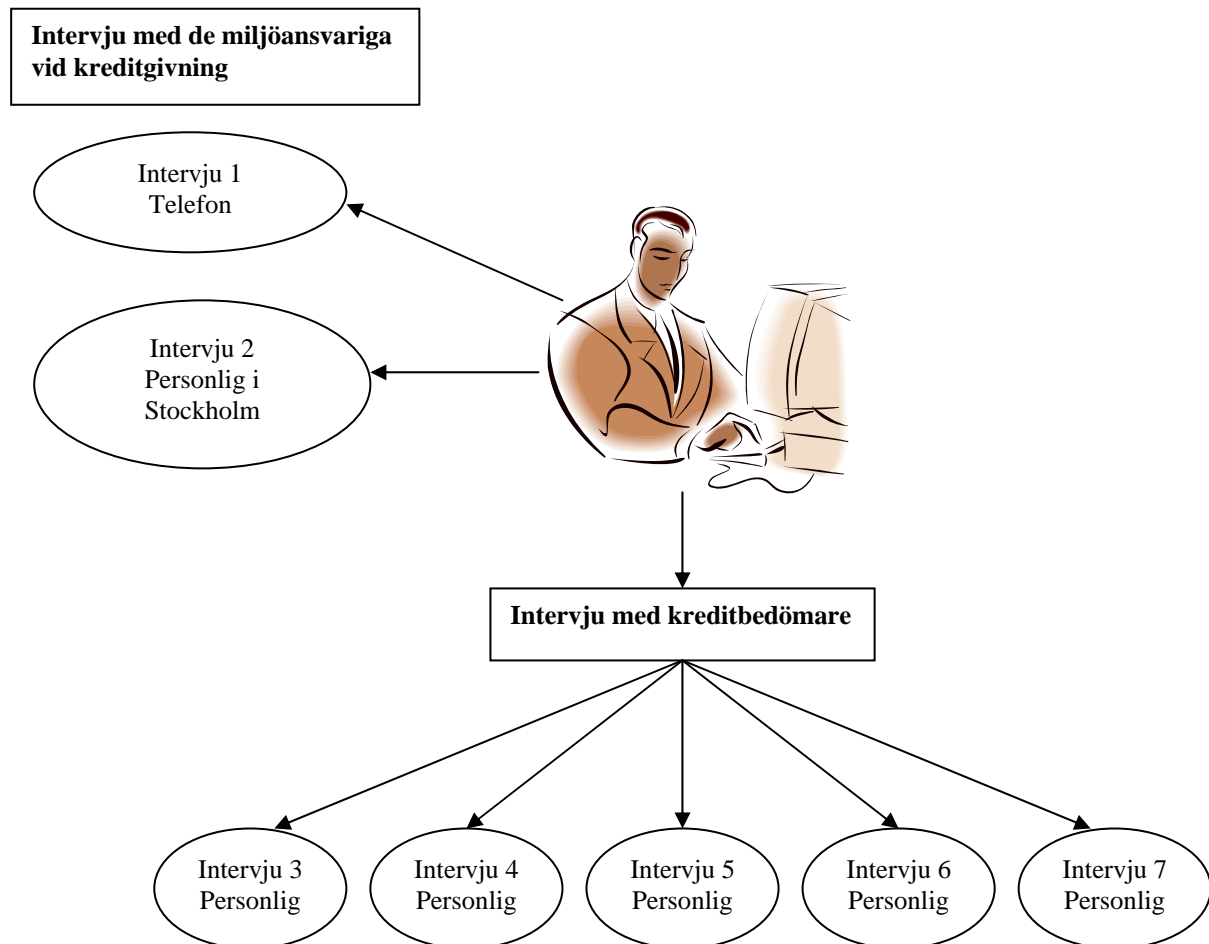
En intervju definieras enligt Lundahl & Skärvad (1999) som en metod där datainsamling sker genom att en intervjuare ställer frågor eller går in i en dialog med intervjupersonen som även kallas för respondent. För att kunna arrangera intervjuer finns det, enligt samma författare, tre kritiska moment; att identifiera personer som är intressanta att intervjuas, att kontakta dessa personer och slutligen att få dem att medverka. För att lyckas med en intervju så ställs vissa personliga krav på intervjuaren. Det ska vara en social person, som har lätt för att lyssna och är orädd och vänlig (Widerberg, 2002). Dessa aspekter har försökts att beaktas vid intervjuerna.

I denna uppsats har flera intervjuer med anställda inom Swedbank-koncernen gjorts. Att göra telefonintervjuer är enligt Denscombe (2000) ett snabbt och billigt sätt för att ta del av viktig information. Därför gjordes den första intervjun via telefon med en anställd högt upp som arbetar med utformningen av miljöfrågor vid kreditgivning inom hela koncernen. Denna intervju gjordes för att få en bättre inblick i hur organisationen och hur miljöarbetet inom Swedbank ser ut. Tanken var att omgående få tala med en person som är ytterst verksam inom detta område. För att få mer och djupare förståelse så är en så kallad ”ansikte mot ansikte” intervju att föredra (Denscombe, 2000). Den andra intervjun kan ses som en fortsättning och vidareutveckling av den första. Den gjordes med en kollega till den första som arbetar med utvecklandet av miljöfrågor vid kreditgivning. Dock var denna intervju mer omfattande. Den gjordes inte via telefon, utan den personliga intervjun skedde på huvudkontoret i Stockholm. Där diskuterades även underlaget för intervjufrågorna som skulle ställas till de anställda vilka arbetar med kreditgivning till företag.

Intervjuerna med de fem kreditbedömarna skedde personligen hos kreditgivarna på deras respektive arbetsplatser. Enligt Denscombe (2000) finns det tre fördelar med personliga intervjuer; de är lätta att arrangera, de uppfattningar och synpunkter som uppkommer under intervjun kommer från en och samma källa samt slutligen är den personliga intervjun lätt att kontrollera för undersökaren. Att göra intervjuer på respondenternas arbetsplatser har både för- och nackdelar. En fördel är att det är lättare att ”leva sig in i” respondentens arbetsmiljö för att förstå respondenten bättre. Nackdelar som kan uppstå är att respondenten kan känna sig stressad av att den bara har en viss tid till förfogande eftersom den kan ha andra arbetsuppgifter att göra (Widerberg, 2002). Alla de fem kreditgivarna har valt att vara anonyma, på grund av att vissa av de ställda frågorna har berört känsliga områden.

Varje intervju har spelats in som en ljudfil på en dator som var med under intervjun. Inför varje intervju frågade författaren respondenten ifall det var accepterbart att spela in själva intervjun. I denna fråga förklarades varför författaren ville spela in respondenten. Syftet med att spela in respondenten har varit att kunna lyssna igenom intervjuerna flera gånger för att i större utsträckning kunna tolka respondenten korrekt. Det har även gjorts för att kunna koda, sammanfatta och notera vissa kommentarer utan att behöva skriva ner dessa kommentarer under intervjun för att kunna ge respondenten full uppmärksamhet under intervjun. Här förklarades också att inspelningarna enbart skulle avlyssnas av författaren till detta arbete och skulle efter avlyssningen raderas. Samtliga respondenter godkände inspelning under själv intervjun. Enligt Bell (2006) är inspelning av intervjuer ett bra sätt att kunna lyssna igenom respondentens svar för att kunna tolka det ur respondentens perspektiv och för att kunna lyssna igenom inspelningsmaterial flera gånger. Ljudinspelning erbjuder fullständig dokumentation av det som sägs under intervjun, däremot spelas enbart det inspelade ljudet in medan andra faktorer som ickeverbala kommunikationer inte är med (Denscombe, 2000).

Andra nackdelar att spela in respondenter kan enligt Bell (2006) vara att ärliga svar hämmas. Dock tror författaren till denna uppsats att det inte har varit någon fara eftersom respondenterna har förstått vilket syfte inspelningarna har haft och har inte sett inspelningen som ett hinder under intervjuerna.



Figur 3: "Intervjuschema" (egen bearbetning, 2007)

### 2.5.5 Intervjuguide

Personliga intervjuer kan te sig på olika sätt (Lundahl & Skärvad, 1999). De kan antingen vara standardiserade eller icke-standardiserade. I en standardiserad intervju är frågeformuleringen och ordningsföljden av frågorna bestämd på förhand medan i en icke-standardiserad intervju kan däremot både frågeformuleringen och frågorna löpa fritt under intervjun och behöver inte följa ett visst mönster. Huvudsaken med en icke-standardiserad intervju är att de frågor som har utarbetas i frågeformuläret besvaras, men det ställs inga krav på att de besvaras i en viss ordning. Det finns även intervjuer som är en blandning av standardiserade och icke-standardiserade typer, vilka kallas för semistandardiserade intervjuer. I dessa intervjuer är frågorna som ska ställas till alla respondenter på förhand bestämda men de följs ofta upp av följdfrågor som till exempel "kan du utveckla det?". Inom de semistandardiserade intervjuerna kan specifika frågor ställas som enbart riktar sig till en viss respondent. De intervjuer som har gjorts i denna uppsats har varit av semistandardiserad

typ. Att kunna vara flexibel och situationsanpassad i intervjuerna har varit en viktig komponent i de intervjuer som har gjorts för att kunna undersöka frågeställningen i denna uppsats. En intervjuguide har utarbetats inför varje intervju (se bilaga 1), men utöver de frågor som ingått i den förbestämda mallen har följdfrågor och mer specifika frågor ställts för att få en så bra bild som möjligt av respondentens arbete inom kreditgivningsområdet.

## 2.6 Analys

Efter observationen av verkligheten så måste datainsamlingen organiseras och systematiseras. Det är viktigt att få en överskådlig bild av materialet som har samlats in för att kunna göra en bra analys. Här relateras observationsutfallet till den ursprungliga frågeställningen, dock sker svaret på problemet först i tolkningsmomentet (Backman, 1998). En sammanställning av respondenternas svar har gjorts i empirikapitlet. Analyserna har sedan gjorts på ett djupare plan i analys kapitlet.

## 2.7 Tolkning

Detta mycket komplicerade steg hänger ihop med analysdelen. Att tolka data och ge analysen en mening för att kunna dra slutsatser av utfallet görs i denna fas. Här gäller det att ett noggrant arbete har gjorts vid de tidigare delarna så att det blir möjligt att kunna svara på frågeställningen (Backman, 1998). Här har författaren försökt att besvara själva problemet med uppsatsen. Att tolka uppsatsens data och analysera det med frågeställningen har varit det primära. Denna del finns med i slutkapitlet av uppsatsen, där diskussioner och slutsatser tas med.

## 2.8 Rapportering

Detta sista steg i forskningshjulet är målet för författaren där själva problemet ska vara besvarat för att kunna nå ut till intressenter av arbetet. Ansvaret ligger hos författaren i att informera och leverera kunskap. Enligt Backman (1998) finns det dock två sätt att tolka ansvaret. Det första är att en vetenskaplig rapport har vissa krav på hur den ska vara utformad. Däremot finns det inga direkta krav på författaren när det gäller hur den vetenskapliga rapporten ska informera allmänheten, vilket innebär att det inte är lika självklart för författaren att följa upp med en populärframställning utöver den vetenskapliga rapporten. Detta beror oftast på, enligt Backman (1998), att forskaren är så nyfiken och vill ge sig in i nya projekt istället för att koncentrera sig på att informera allmänheten på ett bra sätt eftersom det även kan vara svårt att framställa en allmännyttig rapport. Innan rapportering är det även viktigt att gå igenom stegen flera gånger under uppsatsens arbete för att texten ska bli så bra som möjligt (Backman, 1998). I denna uppsats har texten kontinuerligt reviderats för att rapporten ska bli läsvänlig och att resultaten ska nå fram på ett tillfredsställande sätt.

Denna uppsats kommer att finnas tillgänglig i biblioteket vid Sveriges Lantbruksuniversitet (SLU) och kommer även att finnas i Ladok, vilket är en databas som kan nås via Internet.

## 2.9 Giltighetsprövning

Oavsett vilken metod som används när information samlas in finns alltid risken för att informationen misstolkas. Därför är det viktigt att kritiskt granska den information som

samlas in från respondenterna (Bell, 2006). Att göra en giltighetsprövning baserad på exempelvis relevans, klarhet eller att kritiskt granska ståndpunkter och argument, är således ett centralt moment i forskning som baseras på samhällsvetenskapliga värderingar (Teorell & Svensson, 2007). Läsaren måste få en inblick i hur forskaren har resonerat och arbetat sig fram i forskningsprocessen så att en bedömning kan göras av hur rimligt arbetet och besluten har varit (Denscombe, 2000).

### 2.9.1 Reliabilitet

Reliabilitet är ett sätt att se att de fakta som har observerats är pålitliga, det vill säga att nästan samma resultat nås vid liknande mätningar (Andersen, 1994). Lundahl & Skärvad (1999, 152) definierar reliabilitet som "frånvaron av slumpmässiga mätfel". Där reliabiliteten anses vara god är själva mätningen inte påverkbar av den som utför mätningen eller under vilka omständigheter som mätningen görs på.

För att erhålla en hög reliabilitet så har en intervjuguide utformats ifall en fortsatt undersökning vill göras i framtiden. Dock tror inte författaren att samma resultat kommer att nås ifall försöket görs om. Eftersom människan har olika preferenser och attityder så skulle svaren vid en liknande undersökning av fem respondenter med samma frågor förmodligen bli annorlunda. Även intervjuarens personlighet och initiativförmåga spelar in vid svaren hos respondenterna.

Eftersom ljudinspelning via dator skedde under samtliga intervjuer minskades risken för feltolkningar då möjlighet till att lyssna på intervjumaterialet flera gånger har funnits. Skulle det finnas några oklarheter från intervjuerna så har författaren möjlighet att reda ut oklarheterna genom att lyssna på inspelningarna igen.

### 2.9.2 Validitet

Reliabilitet är en viktig komponent för att validitet ska kunna uppnås. Validitet definieras av Andersen (1994) som hur giltig en undersökning är. Denscombe (2000) förklarar begreppet validitet i forskningssammanhang som huruvida data reflekterar sanningen och verkligheten samt täcker de viktiga frågorna.

När en intervju sker finns det alltid risk för att intervjuaren påverkar respondenten så att det uppstår så kallad "intervjuareffekt". Det kan exempelvis vara att antingen medvetet eller omedvetet påverka respondenten att svara på ett sätt som intervjuaren vill att respondenten ska svara. För att undvika detta har författaren till uppsatsen försökt att undvika ledande frågor under intervjuerna. Intervjuerna av de sex respondenterna som gjordes i denna uppsats skedde på respektive respondents arbetsplats. Detta, tillsammans med att de fick vara anonyma bidrog förhoppningsvis till att respondenterna kunde känna sig avslappnade och trygga under intervjutillfället och därmed vara mer uppriktiga. Detta borde ha lett till en ökad validitet i uppsatsen.

## 2.10 Källkritik

Sekundärdata kallas den data som är insamlad av andra än just utredaren (Lundahl & Skärvad, 1999). När sådana data insamlas är det viktigt att de granskas på ett kritisk vis. Sekundärdata kan enligt Lundahl & Skärvad (1999) vara ofullständiga, opartiska och vinklade på ett tveksamt sätt. Författaren har försökt att använda så relevant och nytt material som möjligt till

arbetet i denna uppsats. Även fast viss litteratur kan vara mer än tio år gammal så har den ändå ansetts vara relevant och brukbar i arbetet. Litteratur har valts ut med stor omsorg för att finna den som enligt författaren anses vara mest relevant.

# 3 Teori

---

I detta kapitel kommer teorierna som har använts i uppsatsen att presenteras och förklaras. De är indelade i två huvudkapitel, ett som heter kreditbedömning och ett som behandlar kommunikationsteori.

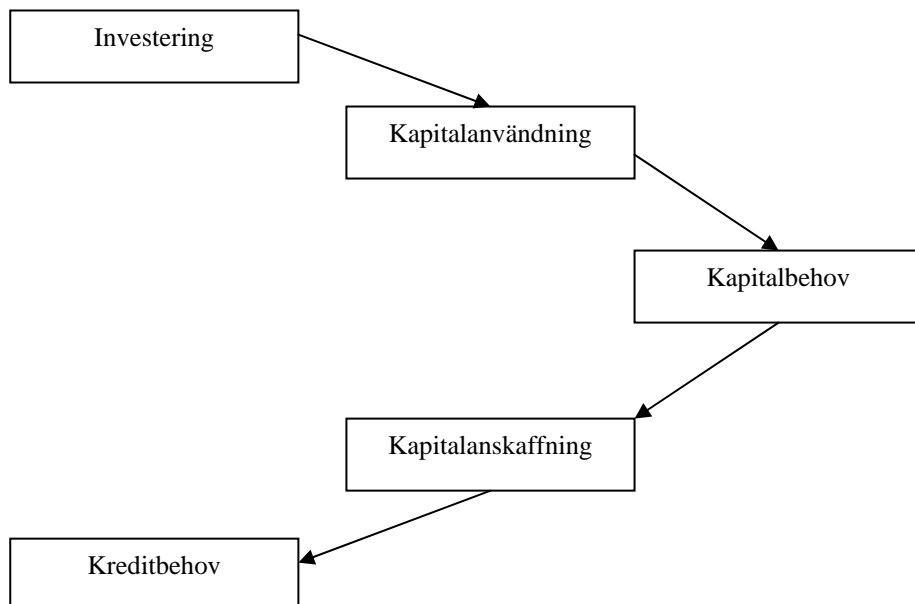
---

## 3.1 Kreditbedömning

I detta avsnitt kommer kreditgivning att förklaras på ett grundligt sätt. Själva kreditgivningsprocessen kommer att gås igenom samt även de risker som finns vid kreditbedömning. Avsnittet börjar med varför det finns en marknad för kreditgivning.

### 3.1.1 Varför kreditgivning?

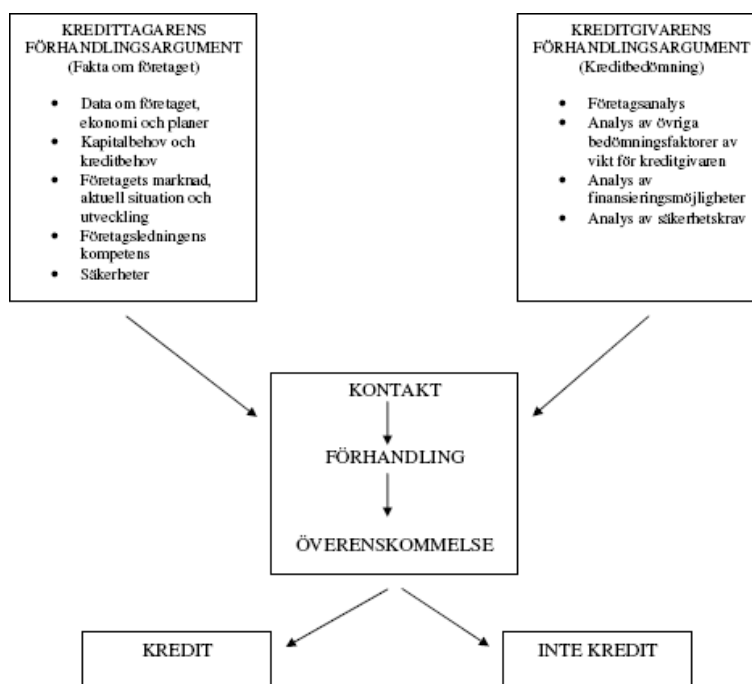
I Sverige finns det många olika kreditgivare som beviljar krediter till låntagare, till exempel finansieringsbolag, myndigheter och banker (Broomé, *et. al.*, 1998). Låntagare kan bestå av både företag och privatpersoner (Internet, Riksbanken, 2001). I nedanstående figur förklaras kapitalbehovskedjan, enligt Broomé *et. al.* (1998). Ett vanligt behov av krediter är när ett företag behöver göra en investering i nya produktionsresurser eller att investera i produktionsresurser som ersättning för redan förbrukade maskiner, byggnader eller andra resurser (Broomé, *et. al.*, 1998). Då uppstår ett kapitalbehov som kan förklaras av nedanstående figur. En investering är ett exempel på kapitalanvändning. Detta ger i sin tur upphov till ett behov av kapital som ska täckas genom kapitalanskaffning och som kan ge upphov till kreditbehov, eller med andra ord ett lånebehov.



Figur 4: "Kapitalbehovskedjan", (Egen bearbetning av Broomé *et. al.*, 1998, 13)

### 3.1.2 Kreditöverenskommelsen

Oftast är kreditöverenskommelsen ett långvarigt samarbete mellan kreditgivare och kredittagare (Broomé, *et. al.*, 1998). Bägge parter försöker att maximera nyttan ur sitt eget perspektiv, det vill säga kredittagare strävar efter minsta möjlig upplåningskostnad för lånet samtidigt som kreditgivaren försöker att maximera sin lönsamhet vid kreditgivningsprocessen. Ibland slutar överenskommelsen utan ett beviljande av kredit även fast de flesta kreditfall slutar med ett kreditbeviljande. Broomé *et. al.* (1998) har tagit fram en kreditöverenskommelsemodell som beskriver själva förfarandet mellan kredittagaren och kreditgivaren (se figuren nedan). Modellen beskriver på ett överskådligt sätt tillvägagångssättet vid en uppgörelse mellan en kreditgivare och kredittagare. Kredittagaren utarbetar en propå<sup>1</sup> av sina uppgifter om företaget för att undersöka företagets kapitalbehov. Propån ska ge en rättvis bild av företaget som sedan kreditgivaren ska analysera. När propån har analyserats av kreditgivaren inleds en förhandling mellan kredittagaren och kreditgivaren som antingen resulterar i kredit eller inte.



Figur 5: "Kreditöverenskommelsen", (Egen bearbetning av Broomé *et. al.*, 1998, 51)

### 3.1.3 Kreditgivningsprocessen

Beroende på kreditens storlek och komplexitet så varierar det var inom organisationen som kreditbeslutet kan tas (Internet, Riksbanken, 2001). Oftast har varje instans ett maximalt belopp som de får bevilja kredit för.

<sup>1</sup> En propå är ett annat ord för "förslag" (Svenska ordboken, WS Bookwell Finland 2003)



Hos Sveriges fyra största banker ser kreditbeviljningsprocessen till företag ut på följande sätt (Internet, Riksbanken, 2001). På det lokala kontoret kan en handläggare bevilja enklare kreditfall till ett mindre belopp i samråd med annan personal inom kontoret. Vid större belopp eller vid komplexare kreditfall så utarbetar den affärsansvarige ett beslutsunderlag som presenteras för en kreditkommitté. Kreditkommittéerna kan antingen bevilja ett specifikt belopp eller sätta ett maximalt tak, så kallad kreditlimit till kunden. Det finns många olika kreditkommittéer inom varje bank och kreditkommittéerna finns även på olika nivåer inom banken.

Vissa kreditärenden kan vandra hela vägen från den lokala bankmannen till ett beviljande av styrelsen högst upp i organisationen. Kreditbeslutet sker alltid i samråd mellan den affärsansvarige och kreditorganisationen där den affärsansvarige driver ärendet medan kreditorganisationen används som ett "bollplank" för att hjälpa den affärsansvarige i beslutet.

Enligt Broomé *et. al.* (1998) består bankens kreditbedömningsprocess av fyra steg; (1) företagsanalys, (2) analys av övriga bedömningsfaktorer av vikt för kreditgivaren, (3) analys av finansieringsmöjligheter och (4) analys av säkerheter. Dessa fyra steg förklaras kortfattat nedan:

- (1) Företagsanalys där olika faktorer som exempelvis produkter, branscher och företagsledningen analyseras.
- (2) Analys av övriga bedömningsfaktorer: Här bedöms bland annat kreditrisken och kreditens lönsamhet.
- (3) Analys av finansieringsmöjligheter: Här undersöks företagets framtida behov av investeringsmöjligheter
- (4) Analys av säkerheter: Här undersöks vilka typer av säkerheter som företaget har och som banken kan ta i anspråk

Dock behöver inte alla stegen ovan tas hänsyn till vid kreditbedömning. Bankers olika kreditgivningspolicy varierar, vilket kan innebära att vissa kreditrisker lämnas utanför bedömningen.

### 3.1.4 Risker vid kreditgivning

Bankers viktigaste verksamhet är kreditgivning, det vill säga att låna ut kapital till privatpersoner eller till företag (Internet, Riksbanken, 2001). Därför har det alltid funnits ett behov från bankernas sida att kunna bedöma, mäta och hantera de risker som existerar vid kreditbedömning. Både interna och externa speciella system har använts av banker mot låntagare för att kunna klassificera olika typer av kreditrisker som kan förekomma, till exempel finansiella risker, kundens återbetalningsförmåga och miljörisker. Enligt Riksbanken (2001), är kundens återbetalningsförmåga den viktigaste faktorn vid kreditbedömning. Men även kundens säkerheter, exempelvis pantbrev i fastigheter, är en annan viktig faktor vid bedömningen av vilka risker kunden kan ha vid beviljandet, eftersom kundens säkerheter kan täcka en väsentlig del av den potentiella förlusten. Dock innebär detta ett extra arbete för banken som är kostsamt vilket innebär att kundens återbetalningsförmåga ändå är den primära riskfaktorn. Vid riskklassificering av kunden bedöms både kvantitativa och kvalitativa aspekter. De kvantitativa faktorerna utgår normalt från företagets balans- och resultaträkningar. Även kassaflödesanalyser har blivit ett vanligare sätt att bedöma företaget vilket har inneburit att stabila kassaflöden är en viktig bedömningspost för banken (Broomé

*et. al.*, 1998). Kvalitativa analyser kan vara exempelvis företagets ledningskompetens, marknadsutveckling eller dess konkurrenskraft.

Det interna arbetet inom Sveriges fyra största banker vid riskklassificering är väldigt likartat (Internet, Riksbanken, 2001). I normalfallet använder de sig av 15-20 olika nyckeltal för de finansiella uppgifterna och gör samtidigt en kvalitativ undersökning av företaget. Dock finns det vissa skillnader i hur de olika bankerna använder de olika metoderna vid riskbedömning. Vissa lägger en större vikt vid de kvalitativa bedömningarna medan andra bedömare hellre undersöker de kvantitativa delarna.

### 3.1.5 Miljörisker

Miljöaspekter har blivit ett viktigare inslag i ekonomiska frågor under den senaste tiden (Broomé, *et. al.*, 1998). Bygget av tunneln genom Hallandsåsen 1997 där tätningssmedlet läckte ut och förgiftade grundvattnet är bara ett av flera ekonomiskt tunga exempel på missbedömning av miljörisker (Internet, Dalademokraten, 2007). Därmed har även kreditbedömare vid kreditgivning fått ta ett större ansvar i att analysera miljörisker (pers. med., Skeppner, 2007). Meningen är dock inte att en kreditbedömare ska vara någon form av miljökontrollant eller miljöpolis, utan ska istället fungera som hjälp åt kredittagaren för att minska risken för oförutsedda miljöhändelser som kan drabba verksamheten negativt. Även kreditgivaren har mycket att förlora vid ej genomförda miljökontroller eftersom kundens återbetalningsförmåga och panter kan minska samt att även kreditgivarens varumärke kan bli drabbat. Även konsumenters allt större krav på miljövänliga produkter och tjänster har blivit ett viktigt inslag hos företag för att kunna bibehålla en lönsam försäljning på längre sikt (Broomé, *et. al.*, 1998).

## 3.2 Kommunikationsteori

Enligt Nationalencyklopedin härleds ordet kommunikation från latinets *communis* som betyder gemensam (Nationalencyklopedin, 2000). Härleder man det vidare och gör om det till ett verb så innebär kommunikation att göra något gemensamt.

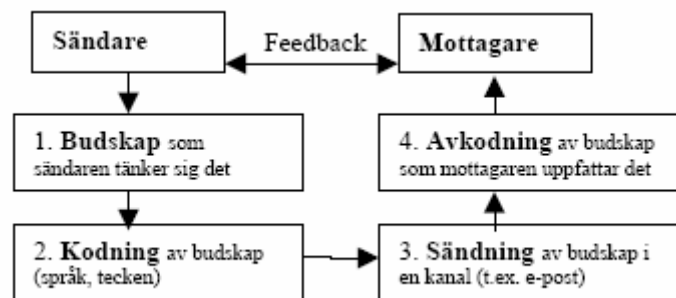
### 3.2.1 Vad är kommunikation?

Kommunikation är den process när information skickas mellan två parter (Jacobsen & Thorsvik, 2002). Det kan vara överföring av information, idéer, synpunkter och känslor från en person eller grupp till en annan. Enligt Shulman (1996) kallas innehållet i meddelandet för information medan den process som meddelandet skickas med kallas för kommunikation.

En av de första kommunikationsteorier som ligger till grund för dagens mer modernare teorier är Shannons och Weavers kommunikationsmodell som gavs namnet "Mathematical Theory of Communication" (Fiske, 1998). Den modellen arbetades fram under andra världskriget när de båda männen arbetade på Bell Telephone Laboratories i USA. Modellen fokuserar mycket på teknologisk överföring av information, men är enligt Shannon och Weaver lika användbar på informationsöverföring mellan människor. Deras enkla uppbyggda kommunikationsmodell bygger på en enkel linjär process med en passiv mottagare. Därför har många kritiker ansett att den är för enkelt uppbyggd och inte beskriver verkligheten. Enligt Fiske (1998) är kommunikation idag ofta tvåvägsriktad vilket innebär att Shannons och Weavers modell blir svår att tillämpa i dagens samhälle.

### 3.2.2 Kommunikationsprocessen enligt Jacobsen & Thorsvik

Nedan följer Jacobsen & Thorsviks kommunikationsprocessmodell:



Figur 6: "Kommunikationsprocessen" (egen bearbetning av Jacobsen & Thorsvik, 2002, 335).

I kommunikationsprocessen är det en sändare som försöker att skicka ett meddelande till en mottagare. Först och främst kodar sändaren meddelandet, det vill säga väljer de tankar och idéer som ska förmedlas. Efter det väljer sändaren vilken kanal meddelandet ska överföras genom och om det ska skickas verbalt eller icke-verbalt. När meddelandet har nått mottagaren måste det avkodas av denna så att mottagaren förstår meddelandets innebörd. Det sista steget i Jacobsen & Thorsviks kommunikationsprocess är att mottagaren svarar sändaren att den har förstått innebörden av meddelandet, det vill säga återkopplar eller ger feedback på meddelandet. Vid återkopplingen av meddelandet byter mottagaren och sändaren roller med varandra.

### 3.2.3 Kommunikation som styrning

Syftet med kommunikation är enligt Danielsson & Karlsson (2002) att informera, lära och övertyga mottagaren, men även att lära mottagaren att instruera andra samt att ge mottagaren information för att kunna fatta beslut. Dock menar författarna att dessa punkter inte är fullständiga, men ger en klar bild av behovet av kommunikation. Enligt Jacobsen & Thorsvik är kommunikation ett viktigt hjälpmedel vid styrning, kontroll och samordning. För att ledningen ska kunna styra och kontrollera en verksamhet så måste det föreligga information om vad som försiggår i organisationen. Enda sättet för informationen att nå fram är ifall kommunikationen fungerar hos företaget. Därför har kommunikationsprocessen en betydande roll vid styrning av verksamheten. Kommunikationen måste nå fram till rätt personer med rätt budskap för att inte skapa förvirring eller missförstånd. När det gäller att informera med miljöfrågor finns det inget överlägset enda bra sätt att göra det på, utan det beror på vem som är mottagaren, enligt Nitsch (1998). Sändarens budskap måste svara mot de förutsättningar som mottagaren har att ta del av budskapet. Budskapet måste förmedlas med rätt medie och dess innehåll måste upplevas som relevant utifrån mottagarens situation. Mottagarens preferenser spelar alltid in, vilket innebär att budskapet som sändaren vill förmedla inte alltid når fram. Miljöfrågor står även i konkurrens till annan information som ska nå fram i organisationen.

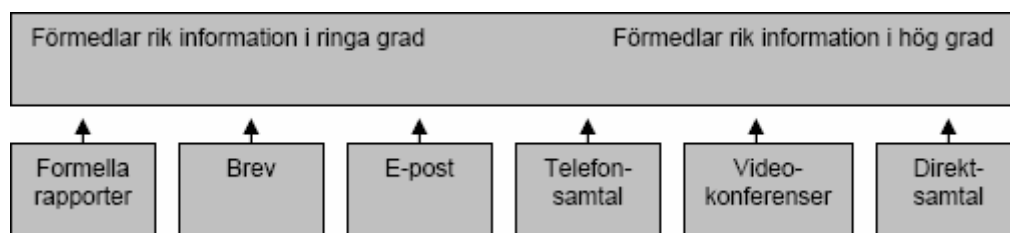
### 3.2.3 Kommunikationskanaler

Kommunikation kan förmedlas på två olika sätt, skriftligt eller muntligt (Jacobsen & Thorsvik, 2002). Ett skriftligt meddelande kan bestå av skrivna dokument, exempelvis en

rapport, medan muntliga meddelanden överförs direkt mellan två eller flera personer under till exempel ett föredrag. Den stora nackdelen med skriftlig information är att den begränsar hur mycket information som kan förmedlas vid ett tillfälle. När man skriver en rapport så måste innehållet hålla sig inom vissa ramar. En annan nackdel med skriftlig information enligt Daft & Lengel (1986) är att det tar lång tid innan sändaren får feedback på det skickade meddelandet.

Vid muntliga föredrag där två eller fler personer ser varandra, förmedlas även annan information i form av kroppsspråk, röstläge, blickar och andra så kallade icke-verbala signaler (Jacobsen & Thorsvik, 2002). På grund av dessa icke-verbala signaler så kan ett meddelande bli komplext. Blandningen av de verbala och icke-verbala signalerna kan göra det svårt för mottagaren att förstå vad som egentligen menas med meddelandet.

Figuren nedan påvisar i vilken grad riklig information kan förmedlas. Vi kan se att en relativt ny kanal, som e-post är ett sämre hjälpmedel för att förmedla rik information än till exempel videokonferenser eftersom e-post befinner sig längre till vänster i figuren än videokonferenser. E-post är just en kanal som är någonting mellan en skriftlig och muntlig kanal, själva e-postmeddelandet är skriftligt även om det ofta är muntligt till sin form och ger oftast snabb feedback.



Figur 7: "Olika kanalers förmåga att förmedla rik information" (Jacobsen & Thorsvik, 2002, 344)

Den främsta kanalen för att förmedla information enligt de flesta studier är muntlig direktkommunikation (Jacobsen & Thorsvik, 2002). Detta påstående stöds av bland annat Westmeyer (1998). Det gäller särskilt när förmedlandet ska gå snabbt tillväga och det är ont om tid. Beroende på hur människor vill att information ska förmedlas så väljer de kanal utifrån det. Opersonliga enklare meddelanden går ofta som e-post, medan svårare och personligare meddelanden sker via muntliga möten.

### 3.2.5 Kommunikationsproblem

Problem i kommunikationen är något vanligt förekommande inom organisationer (Jacobsen & Thorsvik, 2002). Väldigt ofta handlar det om att det råder brist i kommunikation mellan ledning och personal. Men det kan även bero på brist i kommunikation mellan de anställda. Detta leder till onödig osäkerhet hos de anställda inom organisationen.

När informationsflödet är ojämnt fördelat mellan människor i en organisation så uppstår det informationsasymmetri, det vill säga att den ena parten har större vetskap om någonting än de andra (Jacobsen & Thorsvik, 2002). Det finns två typer av informationsasymmetri; dold information och dold handling. Dold information uppstår när vissa är bättre informerade än andra om situationer eller dylikt, medan dold handling uppstår när bägge parter har ingått ett avtal med varandra där den ena parten handlar på ett annat sätt än vad som var avsett med

avtalet. Båda dessa informationsproblem är ett resultat av opportunistiskt beteende, med andra ord att utnyttja en situation för egen vinning. Att inte förmedla den veta kunskap som man besitter till andra kan innebära att det gynnar egna intressen eller att man vill vinna handlingsfrihet. Sådana här typer av beteenden är vanligt förekommande inom organisationer. Opportunistiskt beteende har blivit en viktig maktfaktor hos de styrande inom organisationer genom att deras möjlighet att påverka andra ökar.

Enligt Jacobsen & Thorsvik (2002, 340-342) finns det tre kritiska faser där det kan uppstå problem i kommunikationen;

- När sändaren ska koda meddelandet:  
När meddelandet sker muntligen gäller det att välja rätt jargong och se till att rätt känslor används. Missuppfattningar kan lätt ske vid information mellan personer med olika utbildningar och kunskap. Även normer och värderingar har en stor betydelse vid förmedlandet av information. Här kan till exempel fördomar och förutfattade meningar ställa till problem vid kodningen så att meddelandet får ett annat innehåll än det tänkta.
- När meddelandet förmedlas genom den kanal som sändaren har valt:  
Antingen kan meddelandet skickas skriftligt eller förklaras muntligt beroendes på meddelandets karaktär. Är meddelandet personligt eller opersonligt, komplext etcetera är frågor som bör besvaras innan det sänds iväg.
- När mottagaren avkodar meddelandet:  
Denna sista punkt hänger samman med de två tidigare punkterna. Hur sändaren har valt att koda meddelandet så att mottagaren kan tolka det, är en betydande fråga.

Enligt Miller (1969) finns det även risk för kommunikationsproblem vid för mycket information. Vid för många utskick av meddelanden så kan de anställda inom organisationen till exempel själva sortera bort den viktigaste informationen, tolka den fel eller till och med "fly" från arbetsuppgifterna.



## 4 Empirisk bakgrund

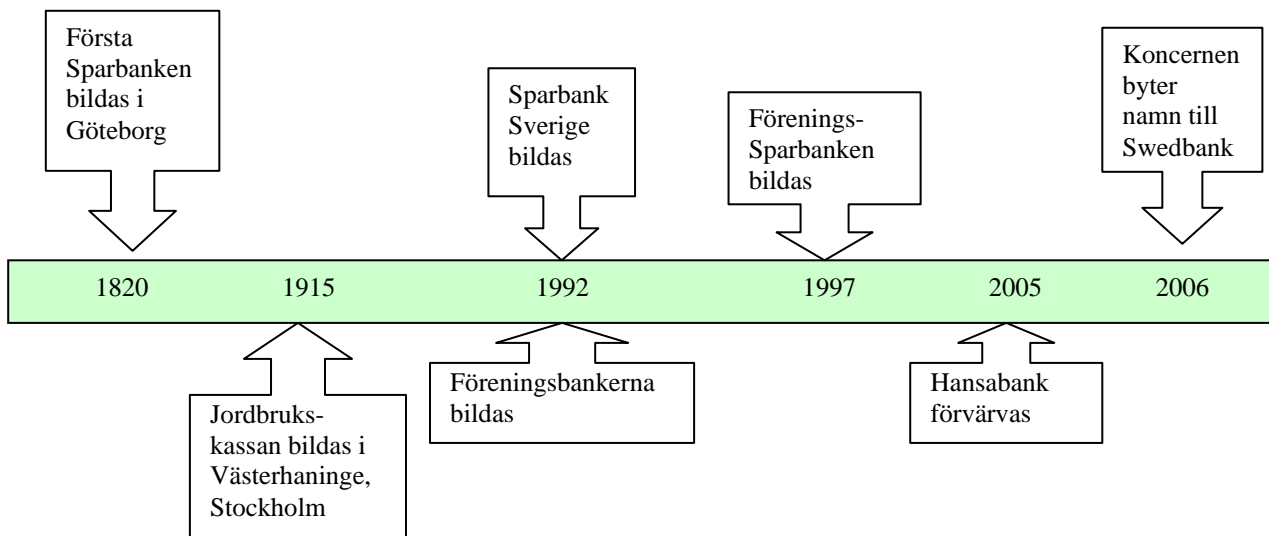
*I detta kapitel ges en bakgrund till empirikapitlet. Detta avsnitt ska underlätta läsningen i empiridelen, som är nästa kapitel. Kapitlet är indelat i två olika avsnitt. Den första delen handlar allmänt om Swedbank och hur både kommunikationsprocessen och miljöarbetet ser ut inom banken. Den andra delen försöker sammanställa de andra stora aktörernas miljöarbete på bankmarknaden i Sverige, ur ett perspektiv från respektive banks hemsida.*

### 4.1 Swedbank

I detta avsnitt kommer banken att förklaras närmare. Det inleds med dess historia och fortsätter vidare med hur bankens kommunikationssystem ser ut. Senare förklaras även bankens miljöpolicy och dess påverkan på miljö, både indirekt och direkt. Avsnittet avslutas med bankens miljöarbete vid kreditgivning, det vill säga förklarar närmare själva miljöanalysen.

#### 4.1.1 Historia

Namnet Swedbank kom till publikt under hösten 2006 (Internet, Swedbank, 1, 2007). Dessförinnan var det dåvarande namnet på banken "Föreningssparbanken". Men historien med den gamla Sparbanken har varit lång (se nedanstående figur).



Figur 8: "Tidslinje Swedbank", (Egen bearbetning, 2007)

År 1820 stiftades den första Sparbanken, den blev belagd i Göteborg. Under över 170 år utvecklades idén med lokala Sparbanker vilket innebar att de fanns många banker runt om i landet. I början av 1990-talet, närmare bestämt 1992, gick de flesta Sparbanker ihop och bildade tillsammans Sparbank Sverige. De Sparbanker som valde att stå utanför sammanslutningen fortsatte dock att ha ett samarbete med Sparbank Sverige och har det än idag med det nya namnet Swedbank.

Swedbank har sitt ursprung ur två äldre bankorganisationer (Internet, Swedbank, 1, 2007). Den ena är Sparbankerna medan den andra är Jordbrukskassan. Jordbrukskassan bildades 1915 i Västerhaninge utanför Stockholm. Mottot att bilda dessa var enligt tysken Friedrich Wilhelm Raiffeisen *"En förenings verksamhetsområde bör inte vara större än att den kan överblickas från kyrkan"* (Internet, Myntkabinettet, 2007). Syftet med jordbrukskassorna var att kunna tillgodose jordbrukets allt mer växande kapitalbehov som uppstod under 1900-talet. Dessa kooperativa föreningar hjälpte bönder att både låna och spara pengar. Jordbrukskassan fanns under nästan hela 1900-talet till dess att Föreningsbankerna bildades som ett sammanhållet bankaktiebolag 1992.

Fem år efter bildandet av Sparbank Sverige och Föreningsbankerna sammanslog de två bankerna vilket innebar att den gemensamma FöreningsSparbanken bildades. Detta förvärvsarbete har fortsatt under bankens tid med sikte österut mot de baltiska länderna, där senast under 2005 Hansabank förvärvades. Som har nämnts tidigare så heter koncernen sedan 2006 Swedbank. Detta nya namn och dess grafiska utformning ska ge uttryck för bankens ambition att bli den ledande banken inom serviceområdet (Swedbank, 1, 2006). I den svenska bankrörelsen arbetar Swedbank med finansiella tjänster för privatpersoner, företag, organisationer, kommuner och landsting. I flera av dessa segment är banken marknadsledande. Den sammanlagda kundstocken är 4,5 miljoner tillsammans med de lokala Sparbankerna och det finns nästan 500 kontor belägna i hela Sverige. Därutöver tillhandahåller även Swedbank uttagsautomater, telefon- och internetbanktjänster.

#### 4.1.2 Kommunikationssystem

Swedbank har en särskild policy för hur kommunikationen inom banken ska fungera (Swedbank, 2007). Den gäller både internt och externt, det vill säga både inom banken till anställda och ut mot allmänheten och kunderna. Att kunna kommunicera är en oerhört viktig tillgång som påverkar bankens trovärdighet. Ju bättre kommunikationen är, desto högre trovärdighet får banken. All kommunikation som sker inom Swedbank ska baseras på deras grundläggande värderingar, stödja visionen och stärka koncernens verksamhet. Själva målet för koncernen är att bygga upp och upprätthålla en önskad bild av dess intressenter, det vill säga sina kunder, anställda, kapitalmarknader och myndigheter. Huvudmålen som banken har för kommunikation med sina anställda är (Swedbank, 2007):

- Hjälpa anställda att förstå bankens värderingar och mål, samt hur de ska kunna uppnås.
- Öka de anställdas motivation.
- Göra varje anställd medveten om sin roll i koncernen.
- Skapa och förstärka känslan av samhörighet.
- Visa koncernens roll i samhället.

Kommunikationen som sker inom banken med de anställda ska vara proaktiv, ärlig och direkt (Swedbank, 2007). Den ska också kunna ge upphov till dialog och även gärna feedback, så att banken kan dra lärdom av kommunikationsprocessen. Swedbank har olika möjligheter att kommunicera information på. Beroende på vem det är som är mottagaren, exempelvis anställda, media eller kunder, så kan olika kommunikationskanaler väljas, alltifrån e-post till



personalmöten. Swedbankkoncernen har en intern hemsida på Internet dit de anställda kan ta sig för att få information. Där finns all möjlig väsentlig information oavsett om det är till för personal som arbetar i kassan eller de som arbetar med kreditgivning. Alla dokument och "mallar" finns även där för nedladdning. Detta "intranät" är den viktigaste informationskällan vid kommunikation med de anställda och finns på lokalspråk i det land där banken har verksamhet. I detta interna system finns även en sida som har miljöfrågan i fokus och som även belyser själva kreditgivningsprocessen och miljöanalyser. Där finns även exempel på riktiga kreditgivningsfall i olika branscher som har varit berörda av miljöaspekter. Den interna hemsidan är som tidigare nämnts bankens primära kanal att förmedla information till sina anställda. Men det finns även andra sätt som banken gör detta på. Att skicka e-post har blivit ett vanligt sätt för chefer att förmedla det lokala kontorets utveckling av verksamheten till sina anställda. Även personalmöten används i stor utsträckning.

#### 4.1.3 Miljöpolicy

På Swedbanks hemsida går det att läsa hur banken förhåller sig till miljöfrågan (Internet Swedbank, 2, 2007):

*"Swedbanks miljöarbete ska vara en del i skapandet av ett uthålligt samhälle och bidra till en uthållig lönsamhet och ett stärkt varumärke. Swedbank är medveten om de globala miljöfrågorna och bankens möjlighet till direkt- och indirekt påverkan."*

Själva miljöpolicyen sattes av styrelsen under slutet av år 2000 (Internet, Swedbank, 2, 2007). Den berör på vilket sätt banken ska agera utifrån ett miljöperspektiv. Flera punkter finns att följa, däribland;

- Bedriva affärsverksamhet så att möjligheter och risker beaktas utifrån ett miljöperspektiv.
- Ha ett nära samspel med kunder och övriga intressenter i miljöfrågor.
- Införa och utveckla ett miljöledningssystem som omfattar koncernen.
- Minska och förebygga föroreningar i all verksamhet.
- Följa de lagar och förordningar som finns inom miljöområdet samt att verka för en positiv utveckling av dessa.

I miljöpolicyen står det även hur miljöarbetet ska bedrivas (Internet, Swedbank, 2, 2007). Om man ska se det ur ett möjlighets- och riskperspektiv så lovar Swedbank att; miljöaspekter alltid ska beaktas vid lönsamhets- och riskbedömning i affärsverksamheten samt att de även ska erbjuda och utveckla specifika miljörelaterade produkter och tjänster som till exempel miljöfonder och miljö lån. Att förebygga föroreningar är ett annat problem som banken försöker att utveckla. Vid samtal med kunder och övriga intressenter ska Swedbank vara en god lyssnare eftersom dessa besitter stor kunskap om sin egen verksamhet och dess miljöpåverkan. Att skapa dialog med kunden bidrar till en ökad kunskap hos både banken och kunden där nytänkande och initiativtagande uppskattas. Att ta del av den samhällsdebatten och arbeta aktivt inom området hållbar utveckling är en viktig punkt. Detta bevisas av att Swedbank följer frivilliga överenskommelser med till exempel FN:s miljöprogram

UNEP<sup>2</sup>:s finansiella initiativ samt den Internationella Handelskammarens, ICC<sup>3</sup>:s, näringslivsprogram för varaktig hållbar utveckling.

Internt ska de anställdas kunskap och arbete med miljöfrågor kontinuerligt utvecklas till det bättre (Internet, Swedbank, 2, 2007). De anställda ska inse miljöfrågans betydelse och deras engagemang ska tillvaratas. Banken ska sträva efter att bli en attraktiv arbetsplats med tanke på deras miljöarbete. Miljö ska bli en naturlig del av varje anställds vardagliga arbete.

I Swedbanks årsredovisning från 2006 belyses bankens miljöarbete vid kreditgivning (Swedbank, 2, 2006). Banken var nämligen med i en tävling under 2006 med namn "Årets förbättrare" arrangerad av SvD näringsliv och Banco Fonder. Detta var det första året som tävlingen genomfördes och meningen är att priset ska delas ut till det företag som under året tydligt förbättrar sitt sociala och miljömässiga agerande. Detta hedersnämmande fick Swedbank enligt juryn därför att Swedbank är den "enda svenska bank som utvecklat system för att väga in miljö och sociala aspekter i kreditgivningen". I årsredovisningen från 2006 står även hur utfallet för miljömålen för den svenska rörelsen under 2006 har gått. Miljömålet att 85 procent av medarbetarna ska anse att det är viktigt att banken beaktar miljöaspekter vid affärer med kunder och leverantörer blev utfallet 77 procent. Ett annat miljömål som banken hade var att vid alla kreditgivningar över en miljon kronor skulle en miljöanalys ha genomförts. Detta utfall har banken ännu inte kunnat mäta. Däremot arbetar banken för närvarande med en mätmetod som ska kunna mäta antalet genomförda miljöanalyser vid kreditgivning (pers. med., Skeppner, 2007). Det nya miljömålet för 2007 vid kreditgivningar vid kreditfall över en miljon kronor är satt till att fler miljöanalyser ska göras än som görs idag.

#### 4.1.4 Miljöpåverkan

En bank kan påverka miljön på två olika sätt har det visats sig enligt gjorda miljöutredningar av Swedbank (Swedbank, 1, 2006). Dessa betydande miljöaspekter kan antingen vara av indirekt eller direkt karaktär.

##### *Direkt miljöpåverkan:*

Precis som det låter så innebär direkt miljöpåverkan att banken påverkar miljön direkt med den verksamhet som de utför (Swedbank, 1, 2006). Det är ofta enkla och tydliga samband av vad det kan vara. Två viktiga områden där Swedbank utövar direkt miljöpåverkan är (Swedbank, 1, 2006):

1. Tjänsteresor (som kan ske med bil, tåg eller flyg)
2. Resursslöseri (som kan vara elförbrukning, pappersförbrukning, kontorsverksamhet samt avfallshantering)

---

<sup>2</sup>UNEP står för United Nations Environments Programme och är ett FN-organ som verkar för hållbar utveckling (Internet, UNEP, 2007).

<sup>3</sup>ICC International Chamber of Commerce (Internationella Handelskammarens Svenska Nationalkommitté) är näringslivets världsorganisation (Internet, ICC, 2007).

### *Indirekt miljöpåverkan:*

Den indirekta miljöpåverkan är av stor vikt för banken (Swedbank, 1, 2006). Här kan banken påverka andra aktörer, exempelvis kunder, så att deras miljöpåverkan minskar. Här är det personliga mötet med kunden viktigt för att informera kunden om dess egna miljöpåverkan. Swedbanks indirekta miljöpåverkan sker inom tre områden (Swedbank, 1, 2006):

1. Lån/Finansieringar
2. Sparande/Placeringar
3. Betalningar/Kort/Kortinlösen

#### 4.1.5 Miljöanalys

Det syfte som miljöanalysmodellen har för Swedbank är att vara en integrerad del av kreditanalysen vid bedömning av ett företags återbetalningsförmåga och värdet på dess säkerheter (Swedbank, 2007). Eftersom miljöaspekter har blivit alltmer betydelsefulla och företag idag tar en större miljöhänsyn så har detta lett till att miljöanalysen har blivit ett viktigt verktyg vid kreditgivning. Konsumenternas ökade krav på producenter och deras produkter och de miljökrav som finns vid affärsavtal är bidragande orsaker till miljöanalysens utvecklande. Företag som inte har lyhördhet för marknaden och ligger steget före vad gäller lagar, regler och förordningar kan snabbt bli av med kunder och detta leder i sin tur till att företagets återbetalningsförmåga till banken försämras. Även dålig intern kontroll på verksamheten och brister vid miljöhantering kan skapa stora saneringskostnader men även negativ publicitet för både företaget och banken. Dessa ovanstående faktorer innebär att banken har ett stort ansvar i samhället vid kreditgivning. Det är inte bara vikande återbetalningsförmåga och reducerande värden på panten som är viktiga faktorer att räkna in, utan även (vilket har nämnts tidigare) negativ publicitet. Det banken kan hjälpa kunden med vid en miljöanalys är att få kunden att förstå vikten av att ligga i framkant vid utformningen av miljöstrategier och affärslogik i vardagsarbetet, för att på så sätt skapa konkurrensfördelar gentemot kundens konkurrenter på marknaden. Här kan även banken skapa konkurrensfördelar gentemot bankens egna konkurrenter.

## 4.2 Miljöarbetet hos Sveriges största banker

Som har nämnts tidigare så har miljöaspekter blivit ett viktigare inslag i ekonomiska frågor under den senaste tiden (Broomé, *et. al.*, 1998). Kreditinstitut har först under det senaste decenniet börjat använda sig av ett självständigt miljöarbete. Detta har berott på att deras produkter och tjänster ej har varit direkt miljöpåverkande i någon större utsträckning. För att få en bättre bild av hur olika kreditinstitut i Sverige ser på miljöfrågan så kommer här nedan en sammanfattning av Sveriges största bankers miljöarbete utifrån den information som tas upp på respektive banks hemsida.

### 4.2.1 Nordea

Nordeas miljöpolicy finns att ladda ner på bankens hemsida (Internet, Nordea, 2007). Miljöpolicyen tar upp bankens aktiva och framstående arbete med elektroniska banktjänster där Nordea hävdar att de är världsledande. Elektronisk bankverksamhet har tre nyttofunktioner enligt Nordea. Dels är det kostnadseffektivt, förbättrar servicen till kunderna och reducerar negativa effekter på miljön i form av minskat resande och transporter.

Nordea är medveten om sin indirekta och direkta påverkan på miljön och försöker ständigt att förbättra sitt arbete. Miljömålen är att Nordea (Internet, Nordea, 2007)

- Följer relevanta miljöregler och lagar i länder där Nordea är verksamma och använder sig av FN:s miljöprogramms principer för finansiella institutioner om miljö och hållbar utveckling i sitt ledningssystem.
- Strävar efter att ständigt bli bättre i sitt arbete att minska verksamhetens och tjänsternas negativa påverkan på miljön.
- Beaktar miljöriskerna i beslut om placeringar och krediter.
- Ökar miljömedvetenheten bland personal genom diverse program.
- Använder sig av elektroniska banktjänster.
- Minskar energiförbrukningen och resandet bland anställda. Uppmuntrar användningen av telefon och videokonferenser.
- Strävar efter att minimera de negativa miljöeffekterna av produkter och tjänster som koncernen köper.
- Kommunikerar alla de viktiga miljöeffekterna av sin verksamhet och sina tjänster.

#### 4.2.2 Handelsbanken

Handelsbankens miljöarbete finns att hitta på bankens hemsida (Internet, Handelsbanken, 2007). Där står det hur banken förhåller sig till miljöfrågor. Handelsbanken anser att miljöfrågor är en viktig del av koncernens verksamhet. Det gäller både den direkta påverkan, till exempel att minska elförbrukningen, och den indirekta påverkan, till exempel att erbjuda kunderna sparande i miljöfonder. Miljöstrategin är att medverka till en ekologiskt hållbar utveckling för att förorsaka så lite miljöpåverkan som möjligt för att erhålla miljövinster och kostnadsbesparingar. Handelsbanken följer både Internationella Handelskammarens (ICC) ”Näringslivsprogram för varaktigt hållbar utveckling” och FN:s miljöprogram ”Bankerna och miljön”.

Handelsbanken försöker att minimera energianvändning, välja miljöanpassade material och produkter och minimera restprodukter (Internet, Handelsbanken, 2007). Även vid kreditgivning har banken vissa miljöriktlinjer som de följer och erbjuder även kunder att spara i etiska och miljöinriktade fonder. Handelsbanken ställer även miljökrav på leverantörer vid upphandling av varor och tjänster. Ett speciellt material för att motivera och utbilda personal till en ökad miljömedvetenhet har tagits fram för att miljöarbetet ska bli en naturlig del av det dagliga arbetet inom Handelsbanken.

#### 4.2.3 SEB

SEB:s etik- och miljöpolicy finns att ladda ner från Internet (Internet, SEB, 2007). Ur miljöpolicyen kan man läsa att SEB har undertecknat FN:s och ICC:s miljödokument och även FN:s Global Compact. Dessa avtal har inneburit att SEB bland annat måste rapportera, redovisa och följa upp det egna miljöengagemanget.

Bankens miljöstrategi innebär att i så hög grad som möjligt verka för en hållbar utveckling och en aktiv miljöanpassning av verksamheterna (Internet, SEB, 2007). Exakta miljömål finns inte att finna externt i varken miljöpolicy dokumentet eller på SEB:s hemsida. I den externa miljöpolicyen står enbart vaga formuleringar av hur miljöarbetet ska fortgå, till exempel att bedriva en målinriktad miljöanpassning av verksamheten och utveckla koncernspecifika

hållbarhets- och miljömål. Det står dock skrivet på hemsidan att det finns klara riktlinjer och mål inom företaget som skall följas vid miljöfrågor. Detta arbete leds av en koncerngemensam miljökommitté som kontinuerligt följer upp miljöarbetet. Miljökommitténs arbete rapporteras senare årligen till SEB:s styrelse. På hemsidan finns det även ett stycke text om SEB:s roll som långivare. Där förklarar SEB sin medvetenhet om bankens indirekta miljöpåverkan och vilket ansvar de innehar vid kreditgivning. Kreditchefen för koncernen har ansvaret för SEB:s samhällsansvar vid kreditbedömningsmiljöfrågor och utfärdar uppföljningssystem och speciella anvisningar för detta arbete.

#### 4.2.4 Danske bank

Danske banks miljöarbete finns att läsa på bankens hemsida (Internet, Danske bank, 2007). Målet med Danske banks miljöpolicy är att fokusera på de direkta och indirekta faktorerna på miljön. Koncernen vill skära ner på den negativa påverkan på miljön och även försöka reducera sin egna affärsmässiga risk. De försöker ständigt att göra sina anställda och leverantörer medvetna om miljöpåverkan, minska koncernens egna naturresurs slöseri och framförallt påverka vid kreditgivning. Danske bank följer även de grundläggande principerna för miljöledningssystemet ISO 14001.

Koncernen har satt upp klara miljömål för vad banken ska uppnå under de närmsta åren samt hur detta ska gå till (Internet, Danske bank, 2007). Några av målen är att minska pappersförbrukningen inom koncernen med minst 30 procent, se till att minst 90 procent av bankens leverantörer håller sig inom ramarna för koncernens miljöpolicy samt att alla anställda ska känna till bankens miljöarbete. Danske bank följer de nordiska lagar inom kreditgivningsområdet och håller under 2007 på att själva utveckla sitt miljöarbete vid kreditgivning.

#### 4.2.5 Sammanställande tabell

I tabellen på nästa sida finns en lättöverskådlig sammanfattning av den miljöinformation som finns på de undersökta bankernas hemsidor.

Tabell 1: "Miljöinformation som framgår på Sveriges fem största bankers hemsidor" (egen bearbetning, 2007)

	<i>Miljöpolicy att hitta på hemsidan</i>	<i>Klara miljömål att uppnå som finns på hemsidan</i>	<i>Indirekt och direkt miljömedvetenhet</i>	<i>Certifierat miljöledningssystem</i>	<i>Uttalat miljöarbete vid kreditgivning</i>	<i>Följer det frivilliga Internationella miljöarbetet UNEP</i>	<i>Lätt att finna bankens miljöarbete på hemsidan</i>
<b>Swedbank</b>	Ja	Ja	Ja	Ja, ISO 14001	Ja	Ja	Ja, går även att söka på miljörelaterade begrepp
<b>Nordea</b>	Ja	Nej	Ja	Nej	Ja	Ja	Nej, får inga relevanta träffar på miljö etc.
<b>Handelsbanken</b>	Ja	Nej, men beskrivning av åtgärder som ska göras	Ja, bra beskrivning	Nej	Ja	Ja	Ja, går även att söka på miljörelaterade begrepp
<b>SEB</b>	Ja	Nej	Ja	Nej	Ja	Ja	Nej, får inga relevanta träffar på miljö etc.
<b>Danske bank</b>	Ja, men ej på svenska	Ja	Ja, tydlig beskrivning	Nej, men följer de grundläggande stegen i ISO 14001	Ja	Ja	Nej, får inga relevanta träffar på miljö etc.

Alla bankers hemsidor som uppsatsförfattaren har undersökt har haft en miljöpolicy. Samtliga hemsidor har haft olika karaktär på utformningen men har i regel innehållit liknande punkter. Vad gäller respektive banks miljömål så har differensen varit stor i vilka åtgärder som ska göras. Det var enbart hos Danske bank och Swedbank, det gick att läsa vilka miljömål som bankerna försökte uppnå. Handelsbanken hade istället en åtgärdslista över vilka åtgärder som de vill uppnå. Alla de undersökta bankernas hemsidor hade även beskrivningar över hur banken påverkar miljön, antingen på ett direkt eller indirekt sätt. Både Handelsbanken och Danske bank hade mycket bra och tydliga beskrivelser av miljöpåverkan. Swedbank är den enda av de undersökta bankerna som är miljöcertifierat enligt ISO 14001, även fast Danske bank påstod att de följer de första grundläggande stegen i ISO 14001. Samtliga undersökta banker hade ett uttalat miljöarbete vid kreditgivning och följer även det frivilliga internationella miljöarbetet UNEP. Det var enbart hos Swedbank och Handelsbanken där det på ett enkelt vis gick att hitta miljöinformation på respektive banks hemsida. Vid sökning på begrepp som miljö, miljöpolicy etcetera så gav det endast relevanta träffar hos dem.

## 5 Empiri

---

*Kapitel fem inleds med en sammanställning av en intervju med en kreditgivningsansvarig miljösamordnare inom Swedbankkoncernen. Däremot följer sammanställningar av intervjuer med fem olika kreditgivare. Dessa har olika bakgrund inom Swedbank och båda könen finns representerade ibland dem. Intervjuerna med kreditgivarna har skett vid två olika kontor inom banken. Det ena kontoret är ett mindre kontor som är beläget på landsbygden medan det andra kontoret är ett större kontor vid en större ort. De frågeguider som intervjuerna har utgått ifrån finns att läsa i bilaga 1, längst bak i denna uppsats.*

---

### 5.1 Intervju med miljöansvarig

Helena Skeppner är en av flera miljöansvariga vid kreditgivning inom Swedbankkoncernen (pers. med., Skeppner, 2007). Tillsammans med några andra personer inom banken så utvecklar och utvärderar hon miljöarbetet vid kreditgivning. Skeppner började arbeta inom banken år 1996. Hon arbetar med fastighetsanalys inom Swedbank. Hon reser runt i hela Sverige för att besiktiga olika typer av fastigheter för att sedan kunna värdera dem. De fastigheter som hon besiktigar är enbart kommersiella, det vill säga kontorsfastigheter eller dylikt, ej bostadsrätter eller villor. I hennes arbete ingår det tre huvudsysslor; marknadsfastighetsanalys, fastighetsvärdering och utbildning. Tillsammans med några andra personer i banken så är Skeppner miljösamordnare för kreditfunktionen inom koncernen, eller som hon kallar sig själv, en av bankens ”miljöambassadörer”.

Miljöarbetet inom banken började omkring år 1995-1996, enligt Skeppner (pers. med., 2007). Vid införandet av miljöbalken i Sverige under år 1999 började miljöarbetet inom banken att öka. Swedbank började samarbeta med ett svenskt miljöteknikföretag (IVL) för att reda ut problemet med miljörisiker och hur de kan minimeras. Det var först då som den första miljöanalysmodellen arbetades fram, vilken sedan har omarbetats till det format som den har idag. Miljöarbetet har sedan fortsatt under varje år och 2003 blev banken miljöcertifierad enligt ISO 14001, vilket har inneburit att miljöarbetet inom banken har blivit viktigare. Miljöcertifieringen har inneburit att de anställda inom koncernen måste genomföra en obligatorisk interaktiv miljöutbildning varje år. Enligt Skeppner är det den enda obligatoriska miljöutbildningen som finns inom banken. Det enda direkta miljökrav som de anställda kreditgivarna inom Swedbank har idag är att genomföra miljöanalys vid kreditgivningsaffärer. Dessa miljöanalyser ska göras på alla företag där det finns behov, exempelvis hos kemtvättar eller billackeringsfirmor, men de ska även göras på alla kreditgivningsaffärer över en miljon kronor.

Swedbanks VD Jan Lidén har uttalar sig på följande sätt om miljöfrågan i en introduktionsvideo om Swedbank; ”miljö är inte en mjuk faktor utan är istället en hård faktor” (Swedbank, 3, 2006). Detta uttalande anser Skeppner (pers. med, 2007) vara missledande för miljöarbetet inom banken. Skeppner anser att miljöfrågan är både en mjuk och en hård faktor. Den mjuka faktorn är att det ska kännas bra för en själv att agera miljömedvetet för att kommande generationer ska kunna leva och må bra. Den hårda faktorn är att det går att få ekonomisk vinning av att arbeta mot en bättre miljö. Att skapa nya kunder samt att skilja sig från sina konkurrenter är ett starkt skäl till att agera miljömedvetet, enligt Skeppner.

Organisationsmässigt så sätts de generella koncernmiljömålen av styrelsen (pers. med., Skeppner, 2007). Däremot arbetas kreditmiljömålen fram av miljöchefen, Skeppner och några andra ”miljöambassadörer”. De mål som läggs fram skickas sedan vidare till högre instans där koncernens miljömål senare slås fast. Varje kvartal skickas ett e-postmeddelande till alla anställda som arbetar med kreditfrågor, och i detta meddelande ska det alltid finnas med en del som handlar om miljö, för att förbättra kreditgivarnas kunskaper om miljö och de risker som kan inträffa. Enligt Skeppner har det nyligen utarbetats ett nytt system som ska kunna mäta antalet genomförda miljöanalyser inom banken. Detta kommer att kunna förenkla kontrollen över antalet miljöanalyser som genomförs inom koncernen. I och med detta system kommer det att sättas större press på kreditgivare i att antalet miljöanalyser genomförs. Det finns alltid en ansvarig person bakom varje underskrivet dokument, vilket borde öka ansvaret hos den som gör miljöanalysen.

## 5.2 Kreditgivare 1 (K1)

*”Idag blir man inte informerad utan man  
får leta upp informationen själv”*

*-Kreditgivare 1 angående informationsströmmen inom banken*

### 5.2.1 Bakgrund

Den första kreditgivaren (K1) har ett långt förflutet inom Swedbank (pers. med., K1, 2007). K1 har jobbat inom samma bank i över 25 års tid och har större delen av tiden arbetat vid samma kontor. Med kreditgivning till företag har K1 arbetat i nästan tio år. När K1 började inom banken så fungerade inte det interna utbildningssystemet på samma sätt som idag. Utbudet av kurser var mindre och inte lika omfattande. De utbildningar inom banken som denna respondent har genomfört är framförallt en specifik företagsutbildning som Swedbank har för sina anställda som arbetar med företag. Denna utbildning tar upp många olika aspekter av vad en företagsrådgivare vid Swedbank ska arbeta med, bland annat kreditgivning till företag och även området miljöanalys, även fast det inte var särskilt omfattande, enligt K1. Företagsutbildningen var krävande och upptog mycket tid under de månader som den utfördes. De miljöutbildningar K1 har genomfört är enbart den som alla anställda inom koncernen gör. Det är en interaktiv utbildning som görs via Internet under cirka tre timmars tid, där den anställda ska få en ökad förståelse och innebörd av bankens möjlighet att påverka miljön. Meningen är att få de anställda att förstå innebörden av miljöproblem som existerar idag och se vad varje individ kan bidra med inom banken.

### 5.2.2 Kreditgivning och miljöanalys

K1 har hand om de större företagen som är kunder hos banken (pers. med., K1, 2007). Denna respondent får bevilja krediter tillsammans med en kollega inom banken till ett större belopp. För det mesta arbetar K1 tillsammans med en annan anställd vid utformandet av en kreditpropå vilket vanligen är en kontorschef eller en annan rutinerad kreditbedömare på det lokala kontoret. Vid utförandet av kreditanalyser följer K1 bankens kreditgivnings-PM. Enligt K1 är den viktigaste faktorn hos kunden vid kreditbedömning företagets kassaflödesanalys för att se hur likvid företaget är. Att analysera kundens kassaflöde är en viktig faktor för banken eftersom det ger information om hur god kundens återbetalningsförmåga kommer att vara. Dock finns det många andra viktiga faktorer som är relevanta vid en kreditbedömning, enligt K1, som till exempel kundens säkerheter, historik, och framtidsplaner.



Enligt K1 (pers. med., 2007) så finns det förutom vanliga ”verksamhetsrisker” även andra risker som måste tas i anspråk vid en kreditanalys där miljörisk är en utav dem. Miljörisk kan enligt K1 exempelvis vara; om den mark som en fastighet står på är miljöförgiftad och behöver saneras eller att inte företaget uppfyller de miljökrav- och lagar som finns. Det existerar även andra miljörisker enligt denna respondent, exempelvis om kunder och leverantörer kräver att ett företags produkter eller tjänster ska vara miljöcertifierade.

Miljöanalys är ett verktyg som K1 använder ofta vid kreditbedömningar (pers. med., K1, 2007). För det mesta gör K1 uppdateringar av redan gjorda miljöanalyser eftersom respondenten mestadels arbetar med kända företag som redan är kunder hos banken. Vid sådana fall behöver K1 uppdatera själva miljöanalysen för att se ifall det har uppkommit några nya aspekter som måste tas hänsyn till. Dock uttryckte K1 sig på detta sätt om miljöanalyser: ”Det är inte lika aktuellt att göra en miljöanalys idag som det var för några år sedan” (pers. med., K1, 2007). Med detta menade K1 att från bankens sida var det ett större tryck på kreditbedömarna för några år sedan i att göra miljöanalyser. Tidigare informerades det mer och var ett aktuellt ämne. Däremot menade K1 att kunderna idag är mer medvetna om miljöfrågor än vad de var för några år sedan. Tidigare tyckte kunderna att miljöfrågan var ett besvärligt moment, men idag ter det sig naturligt för kunderna att tänka på miljön. Idag behöver K1 inte förklara vikten av att tänka miljövänligt för kunderna utan de vet om det själva och kommer ofta med egna förslag kring hur deras verksamhet ska minimera påverkan på miljön. Banken har mycket att vinna på när det gäller att ta hänsyn till miljön. Att kunna få fler kunder för att Swedbank agerar miljömedvetet är ett viktigt incitament men även för att slippa ”råka ut” för någon miljörisk som kan bli kostsam både för kunden och banken.

### 5.2.3 Kommunikation inom banken

Enligt K1 finns det tillräckligt med information att få tag på internt hos banken inom miljöområdet vid kreditgivning (pers. med., K1, 2007). K1 har även använt sig av externa kanaler för att ta reda på miljöinformation vid kreditgivningsfall. Problemet enligt respondenten är att: ”Idag blir man inte informerad utan man får leta upp informationen själv” (pers. med., K1, 2007). Med det menar K1 att det finns väldigt mycket information inom Swedbank som ska förmedlas till de anställda. Problemet är att det är svårt att ta del av den information som är relevant. Detta kan leda till att viss information inte når fram. Denna respondent anser sig ha god kunskap om miljöanalys men skulle ändå vilja förbättra den ytterligare.

### 5.2.4 Framtiden

Att det skulle finnas en branschspecifik miljöanalys, det vill säga att ha ett förtryckt dokument som belyser varje branschs olika miljörisker, är någonting som K1 tror skulle öka de anställdas motiv till att göra en utförlig miljöanalys (pers. med., K1, 2007). Idag finns det en speciell PM-mall som kreditgivare kan använda sig av för att göra en korrekt kreditbedömning. I den befintliga mallen som används i dagsläget inom banken har själva miljöanalysen fått en inklämd plats som, enligt K1, lätt går att ”hoppa över”. Att ”marknadsföra” själva miljöanalysen genom att flytta den delen i ”PM-mallen” som handlar om miljöanalys till ett tidigare stadium, det vill säga ge den en centralare plats, skulle möjligtvis få fler av kreditbedömarna att förstå vikten av att göra den utförligt.

Det K1 skulle vilja förbättra hos kreditbedömarna inom Swedbank är att den generella lägsta nivån inom området miljöanalys ska bli högre det vill säga att fler kreditgivare ska få en bättre kunskap inom kreditgivningsområdet (pers. med., K1, 2007). Ett sätt att göra detta är att ha

utbildningsträffar med kreditgivare som arbetar med företag för att dra lärdom av varandra och få en bättre inblick i miljöanalysens betydelse.

## 5.3 Kreditgivare 2 (K2)

*”Det finns i sjön!”*

*-Kreditgivare 2 angåendes var information om miljö finns att finna hos Swedbank*

### 5.3.1 Bakgrund

Den andra kreditgivaren (K2) intervjuades vid samma kontor som K1 och har 20 års erfarenhet i banken. K2 har tidigare mest arbetat med privatkunder och har först under de senaste tre åren arbetat med företagskrediter (pers. med., K2, 2007). Denna respondent har inte gått några specifika kreditgivningsutbildningar. Däremot läser K2 för tillfället ”Företagskursen” som enligt respondenten omfattar bland annat kreditgivning och miljöanalyser. K2 har även gått Swedbanks miljöutbildning som samtliga anställda inom koncernen ska genomgå.

### 5.3.2 Kreditgivning och miljöanalys

Denna respondent arbetar främst med mindre företag (pers. med., K2, 2007). Respondenten får bevilja krediter till ett mindre belopp. När K2 ska göra en analys av ett företag så följer K2 bankens kreditgivnings-PM. Enligt K2 är kundens återbetalningsförmåga den viktigaste faktorn för att beviljas kredit. Är inte återbetalningsförmågan god hos kunden så beviljar inte banken kredit till denne oavsett vilka säkerheter kunden innehar. Kreditgivningsprocessen mellan mindre och stora krediter skiljer sig inte nämnvärt åt. Däremot visste K2 att vid kreditpropåer på en miljon och över, så ska en miljöanalys göras på företaget. Spontant tyckte K2 att det krävs för mycket arbete vid de mindre kreditfallen medan det är lagom mycket analyser som behöver göras vid de större. Miljörisk var den första risk som K2 tog upp vid frågan om andra risker som är viktiga att analysera vid en kreditgivning. En annan risk som K2 anser är relevant är exempelvis marknadsrisken, det vill säga hur marknaden för företaget ser ut.

Denna respondent har arbetat en del med miljöanalyser i Företagsutbildningen och har gjort ett fåtal miljöanalyser i verkligheten (pers. med., K2, 2007). K2 är väl medveten om att miljöanalyser ska göras vid kreditfall över en miljon kronor men medger att det slarvas väldigt mycket inom det området generellt sett inom banken. Även fast K2 har gjort miljöanalyser så anser respondenten sig ha bristfälliga kunskaper inom området. K2 anser att det är viktigt att göra miljöanalyser för att banken ska undgå miljörisker som kan drabba banken framförallt ekonomiskt.

### 5.3.3 Kommunikation inom banken

K2 är medveten om att det existerar mycket information om miljörisker och hur en miljöanalys ska utföras (pers. med., K2, 2007). Internt finns det mycket information att ta del av, och som respondenten uttrycker sig: ”Det finns i sjön!” (pers. med., K2, 2007). Med det menar K2 att det finns mycket information inom banken i ett internt datasystem som alla anställda har tillgång till. All möjlig information för de anställda finns att finna på dessa sidor. Respondenten får ingen information om miljörisker eller annan information om miljöanalyser till sig, utan det företagsrådgivare behöver lära sig får de ta reda på själva. Denna respondent

har aldrig letat efter information till en miljöanalys externt men har gjort det några gånger internt.

### 5.3.4 Framtiden

K2 tror att själva miljöanalysen kommer att vara en viktigare del vid kreditgivning om ett par år (pers. med., K2, 2007). En alltmer ökad miljömedvetenhet bland kunderna kommer förmodligen att leda till att miljöanalysen kommer att få en större betydelse. K2 hävdar att under de senaste fem åren har miljömedvetenheten bland kunderna ökat markant.

För att förbättra kunskapen vid kreditgivning hos de anställda skulle K2 vilja ha fler utbildningar (pers. med., K2, 2007). En interaktiv miljöutbildning specifikt inriktad på miljöanalys skulle kunna vara någonting som banken kan satsa på. Ett annat alternativ skulle kunna vara att ha en utbildningsträff för att få en djupare förståelse för miljörisiker och hur miljöarbetet hos kreditbedömarna ska gå till.

## 5.4 Kreditgivare 3 (K3)

*”Vid krediter över större belopp, det vill säga en miljon och över, så görs alla delar extra noga, vi vänder på fler stenar, framförallt ekonomiska!”*

*-Kreditgivare 3 angående om den ökade risken vid större kreditfall*

### 5.4.1 Bakgrund

Den tredje kreditgivaren som har intervjuats (K3) har en kort historik inom banken. K3 har inte ens arbetat i ett år på Swedbank och har ingen bankerfarenhet sedan tidigare. Denna respondent har börjat arbeta med kreditgivning till företag direkt. K3 arbetar framförallt med mindre företag (pers. med., K3, 2007). De utbildningar som K3 har genomgått är förutom de interaktiva utbildningarna som de flesta anställda gör är några grundläggande kreditgivningsutbildningar. K3 har inte gjort eller påbörjat ”Företagskursen”.

### 5.4.2 Kreditgivning och miljöanalys

Denna respondent arbetar, som har skrivits tidigare, med mindre företag även fast respondenten får bevilja kredit till större belopp (pers. med., K3, 2007). K3 arbetar alltid tillsammans med andra kreditgivare. Sedan starten av anställningen så har K3 fått mycket hjälp och stöd från kolleger för att lära sig arbetet med kreditgivning. När K3 har beviljat kredit så har alltid en kollega fått vara med och gå igenom K3:s arbete, eftersom K3 inte har haft befogenhet att ta självständiga kreditbeslut. Detta beror på att K3 inte har alla certifieringar som behövs inom kreditområdet. Denna respondent anser inte att det görs några större skillnader i kreditgivningsarbetet gällandes små eller stora krediter. Däremot säger K3 att: ”Vid krediter över större belopp, det vill säga en miljon och över, så görs alla delar extra noga, vi vänder på fler stenar, framförallt ekonomiska!” (pers. med., K3, 2007). Med detta menar K3 att när banken beviljar krediter för större belopp så görs noggrannare analyser över företagens ekonomiska styrkor och svagheter. Denna respondent nämnde själv att en miljöanalys behövdes göras vid kreditfall över en miljon kronor, men uppsatsförfattaren uppfattade att K3 inte såg det som en särskild viktig del vid kreditanalysen. K3 följer bankens kreditgivningsPM vid kreditanalys. Viktiga faktorer enligt K3 vid bedömning av ifall ett

företag ska beviljas krediter är säkerheter, kassaflöde och likviditet, eller rättare sagt företagets framtida återbetalningsförmåga.

Den största risken K3 ser vid en kreditbedömning är kundens återbetalningsförmåga (pers. med., K3, 2007). Enligt K3 är det bankens viktigaste risk att överse. Några direkta andra risker ser K3 inte, men K3 nämner miljö som en risk, dock utan några exempel. En större mer omfattande miljöanalys har K3 ännu inte gjort. På frågan om vad banken har för vinning av att göra miljöanalyser, så anser K3 att Swedbank kan höja statusen på sitt varumärke och få fler kunder samt att banken kan påverka andra företag att miljöcertifiera sig och få en ”grönare” policy.

#### 5.4.3 Kommunikation inom banken

K3 tar inte del av någon information om miljöanalyser vid kreditgivning (pers. med., K3, 2007). Den enda miljöinformation som K3 känner till är den interna interaktiva miljöutbildningen. Denna respondent vet om att det finns information att finna internt inom banken men att det är upp till var och en att göra detta. K3 har inte själv letat internt eller externt efter miljöinformation vid något kreditfall.

#### 5.4.4 Framtiden

K3 är positiv till att förbättra sina kunskaper att utföra miljöanalyser (pers. med., K3, 2007). Eftersom K3:s kunskaper inom området är nästintill obefintliga så finns det mycket att lära, enligt respondenten själv. K3 tycker att interaktiva utbildningar skulle vara ett bra sätt att öka sina kunskaper. Ett annat sätt skulle kunna vara att ha en utbildningsträff med andra kreditgivare för att där få diskutera ämnet och lära sig mer. K3 tycker att det borde finnas fler krav på kreditgivarna att utföra miljöanalyser. Detta skulle leda till att kreditgivarnas arbete med miljöanalyser skulle förbättras på både ett medvetet och omedvetet vis. Vidare tror K3 att miljöfrågor generellt sett kommer att bli betydelsefullare, men då krävs det att kunskapen kring miljöfrågor ökar. Kreditgivare inom Swedbank behöver få en djupare kunskap för att förstå vikten av att göra en miljöanalys.

### 5.5 Kreditgivare 4 (K4)

*”Miljöanalysen är ett bra verktyg för att minimera miljörisken”.*  
*-Kreditgivare 4 angående miljöanalys som ett verktyg*

#### 5.5.1 Bakgrund

Denna kreditgivare (K4) har arbetat i tre års tid inom banken (pers. med., K4, 2007). Till en början arbetade K4 med kreditgivning vid ett kontor vid en mindre ort. Efter det jobbade K4 centralt i Stockholm med kreditstöd, det vill säga med att hjälpa företag som har problem med att betala ränta och amortering. Sedan ett år tillbaka arbetar K4 på ett större kontor vid en större ort som jordbruksansvarig för regionen. De utbildningar som K4 har genomgått är framförallt en specifik fastighetsvärderingskurs och en lantbruksjuridisk kurs som genomfördes i början av K4:s karriär hos Swedbank. Även vissa interaktiva kurser har denna respondent genomfört. Framförallt lärde sig denna respondent kreditgivningsarbetet när K4 arbetade centralt i Stockholm, där det fanns möjlighet att sitta med i kreditbedömningskommittéer och lära sig av olika fall som togs upp. Den enda specifika

miljöutbildning som har genomförts är den interaktiva miljöutbildning som alla anställda inom koncernen ska göra.

### 5.5.2 Kreditgivning och miljöanalys

K4 får bevilja krediter till ett större belopp (pers. med., K4, 2007). Våldigt sällan gör K4 kreditbedömningar tillsammans med enbart en kollega. Eftersom denna respondent har ett stort ansvar inom lantbrukskrediter så hamnar många av K4:s kreditfall i högre instanser inom banken. Mestadels av K4:s kunder är redan befintliga kunder inom banken. K4 använder sig av bankens kreditgivnings-PM vid analyser. De viktigaste faktorerna för att bevilja krediter har ändrats under den senaste tiden, enligt K4. Förr ansåg kreditgivare inom banken att ordningsföljden på de krav banken skulle ställa på sina kunder var; säkerheter, återbetalningsförmåga och företagaren. Idag har den ordningen ändrats och istället har företagaren blivit den viktigaste faktorn följt av återbetalningsförmåga och slutligen säkerheter. K4 tog även upp att miljörisken är viktig att ta hänsyn till inom det området som K4 beviljar krediter, och här gavs flera exempel.

När en miljöanalys ska göras på ett jordbruk så finns det en separat miljöanalys för detta som Swedbank har utformat (pers. med., K4, 2007). Här belyses viktiga aspekter och risker som kan förekomma vid just lantbruk. En miljöanalys är någonting som K4 har gjort ett flertal gånger. Om själva miljöanalysen uttrycker sig K4 såhär: "Miljöanalysen är ett bra verktyg för att minimera miljörisken" (pers. med., K4, 2007). Framförallt har denna respondent fått göra uppdateringar av miljöanalyser hos företag som det redan har gjorts en miljöanalys på. Detta ska ske en gång per år. Framförallt läggs det större vikt vid miljöanalysen vid större företag och företag som inte tidigare är kända hos banken. "Det är där det gäller att lägga det mesta av krutet", menar K4 (pers. med., K4, 2007). Vad banken har att vinna på att vara miljövänlig är att få fler kunder knutna till sig. Att vara ISO-certifierade är ett bra sätt att visa att banken arbetar kontinuerligt för att förbättra miljön i sin omgivning. Det är även bra att vara miljömedveten för att knyta aktieägare och större kunder till sig. Att undvika risker och därmed onödiga kostnader är ett annat incitament för att arbeta med miljö. "Miljötänket" hos kunderna har förändrats enbart under denna respondents korta tid inom banken. Kunderna tänker miljövänligare idag än vad de gjorde för bara några år sedan, enligt K4.

### 5.5.3 Kommunikation inom banken

Idag finns det gott om miljöinformation inom banken (pers. med., K4, 2007). K4 tar del av informationen som finns internt på hemsidan men framförallt får respondenten information från andra kreditgivare som arbetar med lantbruk. De som arbetar med kreditgivning till lantbruk har ett gediget nätverk, enligt denna respondent och lär av varandra. Det är även viktigt enligt K4 att ha ett intresse för miljöfrågor och hänga med för att se hur utvecklingen sker. Miljörisiker är idag något väldigt aktuellt och det är en risk som bör tas med i beräkningarna, enligt denna respondent. De uppdateringar som kommer inom banken angående miljöfrågor är enbart de som tas upp i den interaktiva miljöutbildningen som görs årligen. Externt har K4 letat efter miljöinformation ett flertal gånger. Framförallt har miljökontoret och länsstyrelsen bra uppbyggda hemsidor för att ta del av miljöinformation. Den kunskap om miljöfrågor som K4 har letat upp externt har varit till stor nytta vid analyser av nya kreditfall.

#### 5.5.4 Framtiden

Denna respondent anser att dennes kunskaper om miljöanalyser är god i jämförelse med andra kollegors (pers. med., K4, 2007). Däremot anser K4 att kunskapen inte är tillräcklig utan att det ständigt finns nya aspekter att ta del av. Miljöanalysen är ett "levande dokument" som ständigt kommer att utvecklas. Miljöanalyser kommer att få en mer betydande del vid kreditbedömningar inom den närmaste tiden. Det ökade intresset för miljöfrågor kommer att ställa fler krav på bankernas miljöarbete och därmed kreditgivningsprocessen. Ett bra sätt att lära sig mer om betydelsen för miljöanalysen kan vara att ta del av exempelvis fem riktiga kreditfall som har inneburit en förlust för banken på grund av att vissa miljörisker inte har räknats in. Att träffas i grupper och utbildas tillsammans och ta del av varandras erfarenheter är en viktig punkt enligt K4. Däremot bör sådana utbildningar vara branschspecifika.

### 5.6 Kreditgivare 5 (K5)

*"Den är inte särskilt läsvänlig".*

*-Kreditgivare 5 om miljöinformationen som finns internt inom Swedbank*

#### 5.6.1 Bakgrund

Denna kreditgivare (K5) har arbetat inom banken i nästan tio års tid (pers. med., K5, 2007). Till en början arbetade K5 med kreditstöd centralt i Stockholm och har under de två senaste åren arbetat med kreditgivning till företag. K5 arbetar på ett större företagskontor vid en större ort. De utbildningar som denna respondent har genomfört inom banken är vissa "kredit och obeståndskurser" som K5 fick genomföra under tiden på kreditstöd. Dessa kurser genomfördes i samarbete med Upplysningscentralen (UC). Denna respondent har även läst den tidigare "Företagskursen" som har omfattat kreditgivning en hel del. Dock berördes knappt miljöanalys under kursen annat än att de fick reda på att en sådan skulle göras. De miljöutbildningar som K5 har tagit del av är enbart den interaktiva miljöutbildningen som alla anställda hos Swedbank ska göra årligen.

#### 5.6.2 Kreditgivning och miljöanalys

Denna respondent arbetar framförallt med medelstora företag och får bevilja kredit till ett större belopp (pers. med., K5, 2007). För det mesta beviljar K5 kredit tillsammans med en kollega eller så går kreditfallen upp till en högre instans. För det mesta är det redan befintliga kunder inom banken som söker nya krediter, men det händer även emellanåt att nya kunder söker kredit. K5 anser att det är en väsentlig skillnad på kreditbedömningsprocessen om det rör sig om ett mindre eller större belopp. Dock tas alla delar med i båda fallen även fast de görs mycket grundligare vid större belopp. När K5 beviljar krediter är bankens egna interna ratingsystem viktiga. Dock har ett sådant inte alltid gjorts, vilket innebär att bedömningen måste bestå av andra kriterier. När K5 ska göra en analys på ett företag så använder K5 sig av bankens kreditgivnings-PM. Det K5 framförallt analyserar vid kreditgivningsprocessen är företagets ledning. Att ställa personliga frågor för att se hur ägarna fungerar och vad de har för planer är en viktig del i bedömningen. En annan viktig aspekt att analysera är den ekonomiska ställningen. Där är det viktigt att se varifrån siffrorna kommer. Även kassflödesanalys är en viktig aspekt för att se hur företagets framtid kommer att se ut. Övriga risker som K5 analyserar närmare är hur marknaden ser ut, vilka konkurrenter det finns, vad det är som gör företaget unikt samt vad det finns för andra risker i omgivningen. Miljörisk var

någonting som K5 tog upp, exempel på detta var ifall en fastighet behöver saneras på grund av att den har blivit påverkad av någon miljöskada.

Denna respondent har gjort ett fåtal miljöanalyser, bland annat gjorde K5 en sådan för inte så länge sedan när en kund skulle köpa en fastighet. Dock påpekar K5 att det inte görs tillräckliga miljöanalyser vid mindre kreditfall, det vill säga upp till två miljoner kronor. Denna respondent anser att det slarvas en del med detta. Ett skäl till detta kan bero på att det inte finns någon specifik miljöanalys för varje bransch. Vissa branscher kräver inte miljöanalyser på samma sätt som andra branscher. Vad banken har att vinna på att göra miljöanalyser är att de utåt sett verkar seriösa och tar ett samhällsansvar för att framförallt skapa fler kunder. Att vinna förtroende hos kunderna är viktigt och med tanke på dagens fokus på miljöproblem i världen så har banken mycket att vinna på att agera på ett miljövänligt sätt.

### 5.6.3 Kommunikation inom banken

Det finns miljöinformation på bankens interna hemsida men som denna respondent uttrycker sig: "Den är inte särskilt läsvänlig" (pers. med., K5, 2007). Det finns sammanfattningar men K5 skulle gärna vilja att de skulle bearbetas till ett bättre läsmaterial. Stöter K5 på problem med miljöfrågor så kontaktar respondenten istället en kunnig person inom banken som arbetar med miljöfrågor, till exempel någon som arbetar med fastighetsanalys. Denna respondent har inte varit inne på någon extern hemsida för att ta del av miljöinformation i ett enskilt kreditfall. Denna respondent anser att kunskapsnivån för att utföra en miljöanalys är tillräcklig, men skulle gärna vilja bättra på sina kunskaper för att få en djupare förståelse. En utbildning tillsammans med andra kreditgivare som arbetar med liknande typer av företag skulle vara ett bra alternativ för att lära sig mer om miljörisiker. K5 tycker inte att de interaktiva utbildningarna är särskilt lärorika, utan att de mest känns påtvingade. Det är viktigt att de som arbetar som företagsrådgivare idag får del av sådan information, men exakt hur det ska gå till har K5 inga förslag på.

### 5.6.4 Framtiden

För framtiden tror K5 att miljöanalysen kommer att utvecklas till ett viktigare verktyg för att kunna bedöma miljörisiker och tror att det kommer att användas mer frekvent.

## 5.7 Sammanställande tabell

På nästa sida har en sammanfattande tabell upprättats utifrån den information som har uppkommit under intervjuerna med de fem kreditgivarna.

Tabell 2 ”Sammanställning av kreditgivarnas svar” (egen bearbetning)

	Kreditgivare 1	Kreditgivare 2	Kreditgivare 3	Kreditgivare 4	Kreditgivare 5
<i>Typ av kontor</i>	Mindre på landsbygden	Mindre på landsbygden	Mindre på landsbygden	Större stadskontor	Större stadskontor
<i>År inom banken (varav kreditgivning)</i>	25 (10)	20 (3)	1 (1)	3 (1)	10 (2)
<i>Utbildning inom Swedbank</i>	Företagsutb. (lite miljöanalys), interaktiv miljöutb.	Pågående företagsutb., interaktiv miljöutb.	Grundläggande kreditgivningsutb., interaktiv miljöutb.	Olika typer av interaktiva utbildningar, däribland den interaktiva miljöutb.	Företagsutb., interaktiv miljöutb.
<i>Typer av kunder</i>	Medelstora och stora företag.	Mindre företag.	Mindre företag	Större jordbruksföretag	Medelstora företag
<i>Tog själv upp miljö som en risk</i>	Ja, gav även exempel.	Ja.	Ja.	Ja, gav även exempel.	Ja, gav även exempel.
<i>Visste om att en miljöanalys skulle göras vid kreditfall över Imnkr.</i>	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
<i>Har en miljöanalys gjorts enligt miljöanalysmodellen?</i>	Ja, ett flertal gånger.	Ja, ett fåtal gånger.	Nej, aldrig efter mallen, men i en löpande text.	Ja, ett flertal gånger	Ja, ett fåtal gånger
<i>Tar del av miljöinformation vid kreditgivning</i>	Ja, det som finns på bankens intranät och även externt ett flertal gånger.	Ja, enbart det som finns på bankens intranät.	Nej, men vet om att det finns.	Ja genom andra kreditgivare och internt via intranätet, har även letat externt ett flertal gånger.	Nej, men vet om att det finns.
<i>Viktigaste riskerna vid kreditgivning</i>	Kassaflödesanalys eftersom det påverkar återbetalningsförmågan.	Återbetalningsförmåga.	Säkerheter, kassaflöde och återbetalningsförmågan.	Företagaren, återbetalningsförmågan och säkerheter.	Företagaren, kassaflöde.
<i>Incitament för banken att agera miljömedvetet</i>	Få fler kunder samt att undvika onödiga kostnader för både kunden och banken.	Undvika onödiga ekonomiska utgifter för banken.	Höja statusen på varumärket, få fler kunder och påverka andra företag att agera mer miljömedvetet.	Få fler kunder, däribland även större aktieägare, undvika onödiga risker som kan bli kostsamma.	Få fler kunder och påverka miljömedvetenheten i samhället.
<i>Hur förbättra kunskapen om miljörisiker hos kreditbedömare</i>	1. Göra en branschspecifik miljöanalys 2. Ge miljöanalysen större utrymme i ”kreditgivningsmallen” 3. Ha interna utbildningsträffar	1. Ha fler utbildningar, gärna interaktiva 2. Ha utbildningsträff med andra kreditbedömare	1. Interaktiva miljöutbildningar. 2. Utbildningsträff med andra kreditgivare	1. Ta del av riktiga kreditfall 2. Branschspecifika kreditgivningsutbildningar	Anser att kunskapen bör förbättras men har inga egna förslag.



## 6 Analys och diskussion

---

*Avsikten med detta kapitel är att jämföra teorin och empirin för att utifrån uppsatsens problemformulering arbeta fram en sammanfattande analys. Själva syftet med denna uppsats har varit att undersöka ifall miljörisker är någonting som kreditbedömare tar hänsyn till vid kreditgivningen samt hur kommunikationssystemet med miljöinformation inom banken fungerar.*

---

### 6.1 Kreditgivning

På de två kontoren där intervjuerna har genomförts har vissa skillnader i kreditgivningsarbetet funnits. Det mindre kontoret var ett blandat kontor där anställda antingen arbetade enbart med privat- eller företagskunder. Vid detta kontor var det enbart ett fåtal kreditgivare som arbetade med företag och de arbetade ofta tillsammans oavsett vilken storlek på företagen som de hade ansvar för. Vid stadskontoret verkade varje kreditgivare arbeta mer individuellt vid varje kreditfall. Även fast kreditgivarna vid det större kontoret som intervjuades verkade ta upp fler kreditfall i högre kreditnämnder, så verkade det som att de var mer benägna att göra det mesta av sina analyser på egen hand. Detta kan bero på att vid ett mindre kontor så blir det naturligare att arbeta närmare varandra i en grupp, för att ge stöd och hjälp till varandra. På mindre orter startas det inte lika många nya företag som det görs i större städer. Ofta är det alltid någon kreditbedömare på det mindre kontoret som känner till företagaren som ansöker om kredit. Detta kan då innebära att miljörisker får en större del av utrymmet vid kreditanalysen vid de mindre kontoren eftersom fler kreditgivare är delaktiga i besluten redan vid mindre kredit belopp.

Enligt Riksbanken (2001) är ärendets storlek eller komplexitet det som avgör var i organisationen som kreditbeslutet sker. Enligt de intervjuade kreditgivarna var kreditbeloppets storlek det största skälet till var i organisationen som kreditbeslutet tas. Detta stämmer då delvis överens med hur det fungerar hos Swedbank. Kreditärendets komplexitet var inte direkt något skäl till att skicka ärendet vidare om alltså inte beloppet var större. Detta kan då innebära att ett komplicerat kreditfall inte analyseras tillräckligt noggrant på grund av att storleken på krediten är av mindre värde. Detta kan få oerhörda konsekvenser eftersom kreditfallet kan få högre kostnader än beräknat på grund av minskad analys. Att miljöanalyser enbart görs för krediter med viss storlek, borde kunna innebära att miljöanalyser för miljöfarliga verksamheter inte görs om krediten inte är tillräckligt stor. Därför borde Swedbank inte enbart utgå från företagets storlek vid riskbedömningen utan även klassificera hur miljöfarlig verksamheten är utifrån exempelvis miljöbalkens register över miljöfarliga verksamheter.

Enligt Broomé *et. al.* (1998) består bankens bedömningsprocess vid kreditgivning av fyra faktorer; företaget, övriga bedömningsfaktorer, finansieringsmöjligheter och säkerheter. Vid intervjuerna med kreditgivarna följde samtliga kreditgivare dessa steg, dock ur bankens ordning enligt Swedbankkoncernens kreditgivningspolicy. Enligt Riksbanken (2001) är återbetalningsförmågan hos kredittagaren den största risken för kreditgivare. Vid intervjutillfället svarade nästa alla respondenter att de ansåg att just återbetalningsförmågan var den viktigaste faktorn som de grundade sina bedömningar på. Dock menade K4 att sättet som kreditbedömare idag analyserar kunden har förändrats. Tidigare var de viktigaste parametrarna i fallande rangordning; säkerheter, återbetalningsförmåga och företagaren. Idag

är ordningen istället tvärtom med företagaren som den viktigaste faktorn, följd av återbetalningsförmåga och sist säkerheter. Med detta innebär det att vissa delar av analysen kan undgås samt att även vissa krav som banken ställer på kredittagaren kan strykas ifall kreditbedömaren redan känner till personen som ska låna kredit. Detta kan då innebära att de delar som kreditgivare tycker är mindre viktiga, exempelvis miljörisker inte tas med i beräkningarna vid analysen. Det kan då leda till att miljöanalysen ”hoppas över” eller fylls i snabbt och inte särskilt genomtänkt. Miljörisk var alla kreditbedömare medvetna om och kunde ge exempel på. Dock var det ingenting som prioriterades i ordningsföljden när kreditbedömarna fick frågan om vilka andra risker det finns vid kreditgivning.

Att lägga för stort fokus på miljöfrågor vid kreditanalysen kan bidra till att uppmärksamheten för andra bedömningsfaktorer som exempelvis återbetalningsförmåga och panten minskar. Därför är det av stor vikt att kreditbedömare ska kunna analysera företaget med rätt parametrar och kunna välja ut de bedömningsfaktorer som är viktigast vid varje enskilt specifikt fall. Att höja kontrollen på antalet genomförda miljöanalyser anser uppsatsförfattaren kommer att förbättra bankens riskbedömning vid miljöfarlig verksamhet. Det yttersta ansvaret vid miljöanalysen förstärks samtidigt som fler miljöanalyser kommer att genomföras vilket kommer att leda till en positiv utveckling i arbetet med att minimera miljörisk.

Bland de fem respondenter som har intervjuats så har alla kreditbedömare varit medvetna om att banken har som policy att en miljöanalys ska göras vid kreditfall över en miljon kronor. Alla de fem kreditbedömarna tog själva upp detta under intervjuerna. Trots att flera av respondenterna menade att det slarvades med att göra dessa miljöanalyser vid mindre kreditfall, så ansåg de ändå att det var av vikt att utföra dem även vid mindre kreditfall. Idag finns det inget system inom banken som kan mäta antalet genomförda miljöanalyser vid kreditgivning, men ett sådant är på väg, vilket har nämnts tidigare i uppsatsen. Då kommer det att bli mycket lättare att följa upp och utvärdera resultaten och samtidigt kommer det att skapas en större press på kreditgivarna i att utföra miljöanalyser eftersom det finns en risk att de blir kontrollerade. Ett större antal miljöanalyser kommer i och med detta mätsystem att göras vilket kan innebära att fler miljöanalyser blir slarvigt genomförda på grund av tidsbrist eller bristande engagemang. Samtidigt så kommer det att göras miljöanalyser även på kreditfall som det inte gjordes miljöanalyser på tidigare vilket kan väga upp syftet med att föra statistik på antalet genomförda miljöanalyser. För att kvaliteten ska förbättras måste ledningen som har utarbetat mätsystemet visa de anställda kreditgivarna att miljöanalyser är någonting som de värdesätter. Det är av betydande vikt att de anställda förstår motivet till att göra miljöanalyser, som Helena Skeppner uttryckte sig; ”det ligger alltid en ansvarig person bakom varje underskrivet dokument”. Det borde öka ansvaret hos den som gör miljöanalysen, så att den personen inte bara skriver under ett dokument utan att ta ansvar för vad som är underskrivet.

Av de kreditgivare som har intervjuats är det bara en av respondenterna som aldrig har gjort en miljöanalys enligt miljöanalysmodellen. Detta anser uppsatsförfattaren beror på att denna respondent inte har arbetat mer än ett år totalt inom banken vilket innebär att respondenten inte har fått tillräcklig hjälp eller utbildning för att genomföra en miljöanalys. Vidare har kreditgivaren arbetat med ganska små krediter där i normalfallet inga miljöanalyser brukar göras eller har varit något tvång. Denna kreditgivare har förmodligen inte heller fått någon gedigen genomgång om varför och hur en miljöanalys ska utformas. Även fast själva utförandet av miljöanalysen är relativt enkel att göra, så krävs det förståelse för varför den ska göras, vilket denna respondent antagligen inte har. Dock har denna kreditgivare gjort

miljöanalys på företag men skrivit det i löpande text i kreditgivnings-PM:et. De andra kreditgivarna har alla gjort miljöanalyser och vissa har gjort det vid ett flertal tillfällen. Uppsatsförfattaren fick vid varje intervju en känsla av att miljöanalys inte var en särskilt viktig del vid själva kreditgivningsanalysen. Trots att vissa av kreditgivarna hävdade att de att det är viktigt att göra miljöanalyser vid kreditbedömningar så verkade de ändå inte göra det i särskilt stor utsträckning, vilket även flera av kreditgivarna medgav. Att ställa större krav på kreditbedömarna att genomföra miljöanalyser skulle kunna vara ett bra alternativ för att öka antalet genomförda analyser.

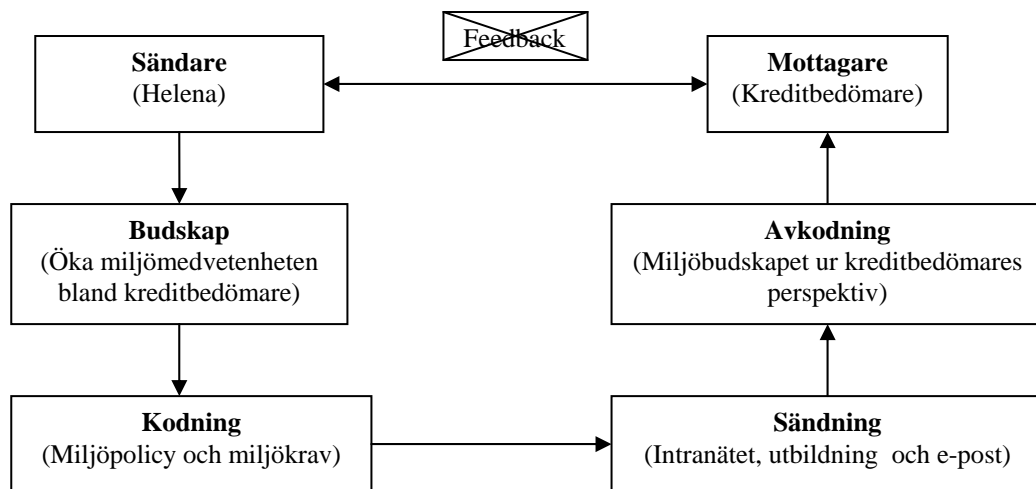
## 6.2 Kommunikation

Att enbart sätta upp mål och riktlinjer för en verksamhet kan vara svårt. Även fast det största problemet är att få verksamheten att styras mot de uppsatta målen och riktlinjerna. För att få de anställda att förstå syftet med att nå upp till målen så måste kommunikationen inom organisationen fungera. Det blir meningslöst att ha en miljöpolicy som ingen eller enbart ett fåtal av de anställda följer. Det gäller alltså att sätta rimliga krav som de anställda kan klara av, men samtidigt måste kraven vara tillräckligt höga för att de ska kunna ses som en utmaning att uppnå.

Utbildningsnivån hos de intervjuade kreditgivarna har varierat. De personer som har arbetat lite längre med kreditgivning inom banken hade alla studerat, eller studerade för tillfället en företagskurs som bland annat behandlar området miljöanalys. Någon annan gemensam utbildning som har berört området miljöanalys har ingen av dem genomfört. Samtliga intervjuade kreditgivare har gått den interaktiva miljöutbildningen som är ett krav från banken. Samtliga anställda ska genomgå den utbildningen årligen. Detta beror på bankens ISO 14001-certifiering. Här ansåg några av respondenterna att de interaktiva utbildningarna kändes mer som ett hinder än något positivt att genomföra. Detta kan delvis bero på att de interaktiva utbildningarna inte känns tillräckligt utmanande av de anställda eller för att förståelsen för varför utbildningarna ska genomföras saknas eller är väldigt liten. Syftet med de interaktiva utbildningarna är att skapa en grundläggande utbildningsnivå hos de anställda på ett enkelt sätt som alla kan klara av. Därför kan det kännas mindre utmanande att lära sig saker, som till exempel miljöarbetet inom banken, för att det inte känns relevant i det vardagliga arbetet. Visst är det bra att det finns en generell miljöutbildning, men för att utveckla bankens miljöarbete så borde miljöutbildningarna bli specifika och behandla varje anställds arbetsområde. Ett alternativ skulle kunna vara att kreditgivare som arbetar med företag får göra en mindre generell miljöutbildning årligen men får samtidigt göra en miljöutbildning som är speciellt inriktad mot kreditgivare.

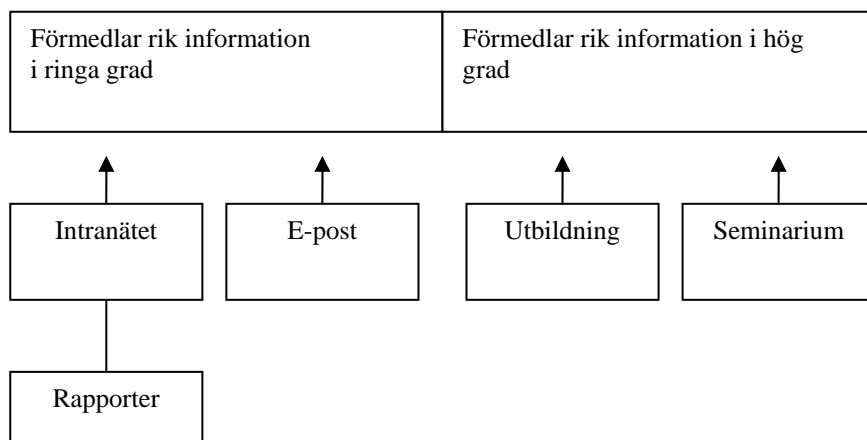
Samtliga respondenter ansåg att det fanns gott om information om miljöfrågor på det lokala intranätet. Vissa tyckte även att det fanns för mycket information vilket kan innebära att viktig information inte når fram eller kan misstolkas. Att det kan bli problem i kommunikationen vid ett för stort informationsflöde ges stöd av Miller (1969). Han påstår att organisationer måste på ett kritiskt sätt undersöka organisationens kommunikationsflöde så att människor inte får för mycket information. Det kan då leda till att de går miste om viktig information, tolkar den fel eller till och med "flyr" från arbetsuppgifterna.

För att underlätta själva kommunikationsprocessen inom banken så har uppsatsförfattaren använt sig av Jacobsen & Thorsvik kommunikationsprocessmodell (2002) för att jämföra den med Swedbanks kommunikationsprocess vid miljöfrågor vid kreditgivning (se nedanstående figur).



Figur 9: "Kommunikationsprocessen vid kreditgivning hos Swedbank" (egen bearbetning)

Enligt Swedbanks kommunikationspolicy så är kommunikationen ett viktigt verktyg för att påverka bankens trovärdighet, både internt och externt. Nedanstående figur förklarar vidare Swedbanks kommunikationskanaler för miljöinformation. Sändaren i denna modell består av personer som är högt uppsatta inom banken och som arbetar med miljöfrågor. Detta kan exempelvis vara Helena Skeppner eller någon annan ansvarig för miljöfrågor vid kreditgivning. Sändaren har ett budskap som ska förmedlas till de anställda kreditbedömarna. Här gäller det att sändaren är tydlig med budskapet så att det inte uppstår några missförstånd under vägen i processen. I detta fall är budskapet att öka den generella miljömedvetenheten för att minimera miljörisker. Hur detta "kodas" eller skrivs ner sker genom miljöpolicy eller de miljökrav som ställs. Sändningen av informationen sker via Swedbanks intranät, e-post, utbildning eller via seminarium, som kan följas i nedanstående figur där förmedlingen av rik information ökar ju mer åt höger de olika kanalerna befinner sig.



Figur 10: "Kommunikationskanaler för Swedbanks miljöinformation", (egen bearbetning av Jacobsen & Thorsvik, 2002, 344)

Alla dessa tre kommunikationskanaler skiljer sig från varandra. Intranätet består ofta av formella rapporter som finns att ladda ner. Enligt Jacobsen & Thorsvik (2002) är formella rapporter inte ett särskilt bra sätt att förmedla rik information. Dock består intranätet av både formella rapporter och annan skriftlig information, vilket istället kan anses vara en bra plattform för att förmedla mycket information. Bra sökfunktioner och länkar till olika sidor och dokument underlättar förmedlandet av rik information på intranätet. E-post är i detta sammanhang ett ganska bra verktyg för att nå ut med miljöinformation och för att snabbt få feedback på det som har skickats. Direkta samtal anses enligt Jacobsen & Thorsvik (2002) vara det bästa alternativet att förmedla rik information. Detta sker inom Swedbank med möten och utbildningar. Det är framförallt med hjälp av utbildningar som kreditgivarna i denna uppsats vill få information om miljöfrågor. Eftersom miljöfrågan är komplex och omfattande vilket kräver djup förståelse så är det ett av de bästa alternativen att förmedla miljöinformation, enligt uppsatsförfattaren.

I nästa steg i kommunikationsprocessen (se figur 9) avkodas informationen på ett individuellt sätt av varje enskild kreditbedömare. Här finns det en stor risk att informationen missförstås eftersom tolkningen sker på olika sätt hos de olika kreditgivarna. Till sist så ska mottagaren, i detta fall kreditbedömaren ge feedback på den mottagna informationen till sändaren. Enligt bankens kommunikationspolicy så ska kommunikationen vara ärlig och direkt. Den ska även ge upphov till dialog och gärna feedback, så att banken kan ta lärdom av kommunikationsprocessen. Detta sker inte i dagsläget, utan här har Swedbank stora möjligheter att utveckla sitt arbete. Det som är på gång inom koncernen är att ett nytt mätsystem ska införas för att kunna mäta antalet gjorda miljöanalyser. Uppsatsförfattaren anser att banken även borde försöka få respons från sina kreditbedömare om hur de tycker att miljöarbetet fungerar och hur det ska förbättras. Detta kan göras via e-post formulär som kreditbedömare inom koncernen får fylla i och skicka tillbaka, som sedan de ledande får göra utvärdering av.



## 7 Slutsatser

---

*I detta kapitel kommer uppsatsens slutsatser att presenteras. De bygger på två frågor för att se vad Swedbanks kreditbedömare anser om miljörisk och hur de ledande inom företaget lyckas förmedla miljöinformation.*

---

Syftet med denna uppsats har varit att undersöka hur miljöarbetet hos en kreditgivande aktör fungerar. Två frågor har ställts i denna uppsats och uppsatsförfattaren börjar med att svara på den första, som lyder;

- *Är miljörisker någonting som kreditbedömare tar hänsyn till vid kreditgivning?*

De intervjuade kreditgivarna har varit medvetna om miljörisk och de konsekvenser som kan följa vid brist i miljöanalysen. Kunskapen om miljörisk hos de intervjuade har varierat även fast alla de intervjuade har haft en god lägsta nivå, enligt uppsatsförfattaren. Dock har inte miljörisk varit särskilt prioriterat vid kreditbedömningen. Det enda direkta krav när det gäller att ta hänsyn till miljöaspekter vid kreditgivning som de anställda kreditgivarna inom Swedbank har att genomföra är miljöanalyser. Beroende på ifall det rör sig om stora eller små krediter så ska de göras där det behövs. Kreditgivarna medgav att miljöanalyser oftast görs för krediter över en viss storlek, vilket kan innebära att miljöanalyser för miljöfarliga verksamheter inte görs om krediten inte är tillräckligt stor eller tvärtom, vid stora krediter vid icke miljöfarliga verksamheter där miljöanalysen inte behövs genomföras. Hos de kreditgivare som har intervjuats i denna uppsats så har alla kreditbedömare förutom en genomfört miljöanalyser någon gång tidigare unders sin karriär hos banken. Eftersom det inte finns något mätsystem på antalet genomförda miljöanalyser så är det omöjligt att veta ifall kravet på antalet genomförda miljöanalyser har uppnåtts. Flera av kreditgivarna medgav att det slarvades i vissa fall med miljöanalyser. Miljömedvetenheten fanns hos alla de intervjuade kreditgivarna men det kvarstår att utforska ifall alla de anställda kreditgivarna inom banken genomför det antal som ledningen kräver. Förhoppningsvis kommer den frågan att kunna besvaras inom en snar framtid när det nya miljöanalysmätsystemet införs i verksamheten.

Den nästa frågan som uppsatsen har försökt att besvara är följande;

- *Hur väl fungerar kommunikationssystemet med miljöinformation vid kreditgivning inom banken och hur kan kommunikationen förbättras?*

Banken har goda möjligheter att kommunicera med de anställda kreditbedömarna. Det har märkts vid intervjuerna eftersom kreditgivarna har haft en viss miljömedvetenhet i kreditbedömningsarbetet. Att miljöanalyser ska göras vid större belopp, som skrevs i stycket ovan, visar att informationen från de ansvariga har nått fram till de personer som arbetar med kreditgivning inom banken. I undersökningen som har gjorts så har det visats sig att de flesta av de intervjuade kreditgivarna inte ser miljörisk som ett stort hot vid kreditbedömningarna, vilket påvisar att de anställda inte besitter någon djupare förståelse inom området. Därför borde banken förbättra kunskapen om miljörisker hos kreditgivarna. Detta borde ske via utbildningsträffar tillsammans med andra kreditbedömare eftersom det är den bästa kanalen för att förmedla rik information. Utbildningsträffar var även det alternativ som kreditgivarna ansåg var den bästa metoden för vidareutbildning. Detta sätt anser uppsatsförfattaren vara en brist inom koncernen för kreditgivarna om banken har planer på att utvidga sin policy inom miljöområdet.





## 8 Epilog

---

*I detta avslutande kapitel diskuteras de svenska bankernas miljöarbete och jämförs med Swedbanks miljöarbete vid kreditgivning. Här delar uppsatsförfattaren med sig av egna idéer och tankar om framtiden för bankers miljöverksamhet.*

---

Swedbank är idag den enda av de svenska bankerna som är certifierat enligt ISO 14001. Men flera av de andra bankernas miljöarbete utvecklas och det är inte helt otänkbart att någon av konkurrenterna snart kommer att bli miljöcertifierad vilket ökar trycket på att Swedbanks miljöarbete måste förbättras. Eftersom kreditgivning är bankens största möjlighet att påverka miljön så är det viktigt att Swedbank förbättrar den idag nästintill obefintliga miljöutbildningen för bankens kreditbedömare. Att årligen ha en utbildningsträff för kreditbedömare för att utbilda, diskutera och ge feedback på miljöarbetet anser uppsatsförfattaren vara oerhört viktigt för att Swedbank ska kunna fortsätta vara den ledande ”gröna” banken.

Som det visade sig på de andra stora svenska bankernas hemsidor så verkar alla banker ha en stor miljömedvetenhet. Miljöarbetet inom bankerna är på frammarsch och nya smarta miljövänliga idéer skapas för att vinna marknadsandelar. SEB var exempelvis först ute med att erbjuda förmånlig finansiering vid köp av miljövänliga bilar, vilket har visat sig vara ett lyckosamt projekt. Här berättade Skeppner att miljösamordnare inom banken redan hade funderat på ett liknande alternativ innan SEB gick ut med erbjudandet men att det tog för lång tid innan de ledande bestämde sig (pers. med., Skeppner, 2007). Vill banken fortsätta att bibehålla marknadsandelar så måste banken ta egna initiativ och fullfölja dem med full drivkraft. Gör banken detta så kan det även leda till god publicitet, som exempelvis bankens utmärkelse som ”Årets förbättrare” som Banco fonder och SvD näringsliv har instiftat. Swedbank erhöll priset eftersom det är den enda bank i Sverige som har utvecklat ett system för att väga in miljö och sociala aspekter i kreditgivningen. Utmärkelser som den ovan nämnda kan leda till att viktiga kunder och stora aktieägare fortsätter att ha ett förtroende för banken även på lång sikt.



# Referenser

## Litteratur och vetenskapliga rapporter

- Andersen H., 1994, *Vetenskapsteori och metodlära*, Studentlitteratur, Lund
- Backman J., 1998, *Rapporter och uppsatser*, Studentlitteratur, Lund
- Bell J., 2006, *Forskningsmetodik*, Studentlitteratur Narayana Danmark
- Bingel E., Sjöberg C., Sjöquist C., 2002, *Från defensiv till proaktiv. Drivkrafterna bakom hållbar tillväxt.*, Stockholm
- Broomé P., Elmér L., Nylén B., 1998, *Kreditgivning till företag*, Studentlitteratur, Lund
- Daft R.L., 1986, *Organization Theory and Design.*, West Publishing, New York
- Danielsson A. & Karlsson B., 2000, *Teknisk kommunikation*, Natur och Kultur, Järfälla
- Denscombe M., 2000, *Forskningshandboken – för småskaliga forskningsprojekt inom samhällsvetenskaperna*, Studentlitteratur, Lund
- Fiske J., 1998, *Kommunikationsteorier – En introduktion*, Wahlström & Widstrand, Borås
- Förenta Nationers (FN) Klimatpanel, 2007, Rapport 5677
- Gronmo S., 2006, *Metoder i samhällsvetenskap*, Liber, Malmö
- Jacobsen D. I. & Thorsvik J., 2002, *Hur moderna organisationer fungerar*, Studentlitteratur, Lund
- Larsson L.-O., 1997, *Miljöledning, Miljörevision, Miljöredovisning*, Ekerlids förlag
- Lundahl U. & Skärvad P.-H., 1999, *Utredningsmetodik för samhällsvetare och ekonomer*, Studentlitteratur, Lund
- Miller J.G., 1969, *Information Input, Overload and Psychopathology*. American Journal of Psychiatry, 116, s 695-704
- Naturvårdsverket, 2006 *Årsredovisning*, Edita Ljunglöfs, Stockholm
- Nitsch U., 1998, *Konsten att informera om miljön, Samhälls- och landskapsplanering nr. 3*, Sveriges Lantbruksuniversitet, Uppsala
- Swedbank, 2006, 1, *Bankens miljöpåverkan*, Swedbank (publ.), Stockholm
- Swedbank, 2006, 2, *Årsredovisning 2006*, Swedbank (publ.), Stockholm
- Swedbank, 2007, *Kommunikationspolicy*, Swedbank (publ.), Stockholm

Teorell J. & Svensson T., 2007, *Att fråga och att svara*, Liber AB, Malmö

Widerberg K., 2002, *Kvalitativ forskning i praktiken*, Studentlitteratur, Lund

## Internet

Dalademokraten, <http://www.dalademokraten.se>

Hallandsåsen, 2007-04-09

[http://www.dalademokraten.se/ArticlePages/200306/23/1000001006\\_TT/1000001006\\_TT.dbp.asp](http://www.dalademokraten.se/ArticlePages/200306/23/1000001006_TT/1000001006_TT.dbp.asp)

Danske bank, <http://www.danskebank.se>

Miljö, 2007-03-16

<http://www.danskebank.dk/csr>

Ekonominyheterna, <http://www.ekonominyheterna.se>

Grön panik, 2007-04-09

[http://ekonominyheterna.se/va/magasin/2006/48/gron\\_panik/index.xml](http://ekonominyheterna.se/va/magasin/2006/48/gron_panik/index.xml)

Handelsbanken, <http://www.handelsbanken.se>

Miljöarbetet hos Handelsbanken, 2007-03-16

[http://www.handelsbanken.se/shb/INeT/IStartSv.nsf/FrameSet?OpenView&iddef=privat&navid=Z2\\_Privattjanster&sa=/shb/Inet/ICentSv.nsf/Default/q2C556E14BE3645DC C1256AAB0040C23B](http://www.handelsbanken.se/shb/INeT/IStartSv.nsf/FrameSet?OpenView&iddef=privat&navid=Z2_Privattjanster&sa=/shb/Inet/ICentSv.nsf/Default/q2C556E14BE3645DC C1256AAB0040C23B)

Internationella Handelskammarens Svenska Nationalkommitté, <http://www.icc.se>

Om ICC, 2007-04-10

<http://www.icc.se>

Miljömål.nu, <http://www.miljomal.nu>

Vem gör vad, 2007-02-08

[http://miljomal.nu/vem\\_gor\\_vad/naringslivet.php](http://miljomal.nu/vem_gor_vad/naringslivet.php)

Myntkabinettet, <http://www.myntkabinettet.se>

Jordbrukskassorna, 2007-03-24

<http://www.myntkabinettet.se/sparbanken/uppbyggnad.htm>

Nordea, <http://www.nordea.se>

Miljö, 2007-03-15

<http://www.nordea.com/sitemod/default/index.aspx?pid=54322>

Riksbanken, <http://www.riksbanken.se>

Kreditgivning och kreditrisker, 2007-03-15

[http://www.riksbank.se/upload/Dokument\\_riksbank/Kat\\_publicerat/Artiklar\\_FS/finstab\\_01\\_2\\_artikel2.pdf](http://www.riksbank.se/upload/Dokument_riksbank/Kat_publicerat/Artiklar_FS/finstab_01_2_artikel2.pdf)

SEB, <http://www.seb.se>

Miljöfrågor, 2007-03-16

<http://www.seb.se/pow/wcp/sebgroup.asp?website=TAB1&lang=se>

Swedbank, <http://www.swedbank.se>

1) Bankens historia 2007-03-14

<http://www.swedbank.se/sst/inf/out/infOutWww1/0,,5788,00.html>

2) Miljö och hållbarhet, 2007-02-18

<http://www.swedbank.se/sst/inf/out/infOutWww1/0,,8041,00.html>

United Nations Environments Programme, <http://www.unep.org>

About UNEP, 2007-04-14

<http://www.unep.org/Documents.Multilingual/Default.asp?DocumentID=43>

United Nations, <http://www.un.org>

U.S. Census Bureau, 2007-02-08

<http://esa.un.org/unpp/p2k0data.asp>

## **Video**

Nationalencyklopedin, 2000, *2000 plus*

Stanislaw J. & Yergin D., 1998, *Commanding heights: The battle for the world economy*, PBS (Public Broadcasting Services)

Swedbank, 2006, 3, *Introduktionsvideo*

## Personliga referenser

Helena Skeppner

*Fastighetsanalytiker, Swedbank*

Personligt möte, 2007-03-14

Kreditgivare 1

*Företagsrådgivare, Swedbank*

Personligt möte, 2007-03-29

Kreditgivare 2

*Företagsrådgivare, Swedbank*

Personligt möte, 2007-03-29

Kreditgivare 3

*Företagsrådgivare, Swedbank*

Personligt möte, 2007-03-29

Kreditgivare 4

*Företagsrådgivare, Swedbank*

Personligt möte, 2007-04-12

Kreditgivare 5

*Företagsrådgivare, Swedbank*

Personligt möte, 2007-04-12

Rolf Åkerblom

*Analytiker vid kreditgivning, Swedbank*

Telefonsamtal, 2007-02-14

# Bilaga 1: Intervjuguide, kreditbedömare

Är det Ok att jag spelar in intervjun?

## Bakgrund

1. Kan du berätta lite om dig själv?
  - Hur länge har Du arbetat för Swedbank?
  - Med kreditgivning?

## Kreditgivningsutbildning

2. Vilka utbildningar har Du inom kreditgivningsområdet?
  - Miljö utbildningar?
  - Kreditgivningsutbildning med hållbarhetsaspekter?
  - Hur såg dessa utbildningar ut?

## Kreditgivning

3. Inom vilka beloppsgränser beviljar Du krediter?
4. Skiljer sig kreditgivningsprocessen beroende på kreditens storlek och komplexitet? Hur? (1mnkr?)
5. Vad baserar och grundar Du din kreditbedömning på?
6. Vilka kriterier är de främsta för att bli beviljad kredit hos banken?
  - Skiljer sig kriterierna på om beloppet är stort (över 1mnkr) eller liten (under 1mnkr)?
  - Kan Du rangordna vikten av de kriterier som Du just har tagit upp? (för stora resp. små krediter)

## Miljöanalys

7. Vilka risker anser Du att det finns med kreditgivning? (Vilka fler etc...)
  - Kan Du rangordna dessa?
8. Tar Du in miljöanalyser i kreditgivningsprocessen?
  - På vilket sätt?
  - När / hur ofta?
9. Hur går en miljöanalys till hos Dig? Hur går Du tillväga när Du gör en miljöanalys? Hur görs en miljöanalys?
10. Varför gör Ni miljöanalyser?
  - Vad vinner banken på det?

## Informationskanaler inom banken

11. Anser Du att det finns lättillgänglig och relevant information om miljörisker vid kreditgivning inom banken?

- Var finns i sådana fall den informationen?
12. Tar Du del av någon information om hur bankens arbete med miljöanalys vid kreditgivning ska gå till?
- Om ja, hur då?
13. Har Du någonsin varit inne på Swedbanks interna hemsida för miljöfrågor?
14. Har Du någonsin haft ett behov av att läsa på information om miljörisker vid ett specifikt fall?
- Om ja, var har du hittat informationen?
  - Om ja, hur har det senare påverkat ditt arbete vid kreditgivning?

#### Förbättring

15. Anser Du att din kunskap om miljöanalyser är tillräcklig?
- Om inte, på vilket sätt kan den förbättras?
16. Hur skulle Du vilja förbättra kunskapen med miljöanalyser hos bankens kreditbedömare?
17. Finns det tillräckligt med utbildningar enligt Dig eller finns det någonting som Du tycker saknas inom kreditgivningsområdet?

#### Framtid

18. Hur stor vikt lägger Du och andra kreditgivare vid miljöanalysen under en kreditbedömningsprocess (idag)?
- Tror Du att miljöanalyser kommer att bli mindre eller mer viktiga i kreditbedömningsprocessen i framtiden?

#### Övrigt

19. Är det något som jag inte har tagit upp och som Du vill tillägga?

Kan jag återkomma till Dig med kompletteringsfrågor vid behov?





Pris: 100:- (exkl moms)

Tryck: SLU, Institutionen för ekonomi, Uppsala 2007.

---

*Distribution:*

Sveriges lantbruksuniversitet  
Institutionen för ekonomi  
Box 7013  
750 07 Uppsala  
Tel 018-67 2165

Swedish University of Agricultural Sciences  
Department of Economics  
P.O. Box 7013  
SE-750 07 Uppsala, Sweden  
Fax + 46 18 673502