



Innovativa företags utformning av hållbarhetsarbete och dess inverkan på legitimiteten

En fallstudie om K2A

Emelie Ekström & Emma Gozzi

Examensarbete/Självständigt arbete • 15 hp

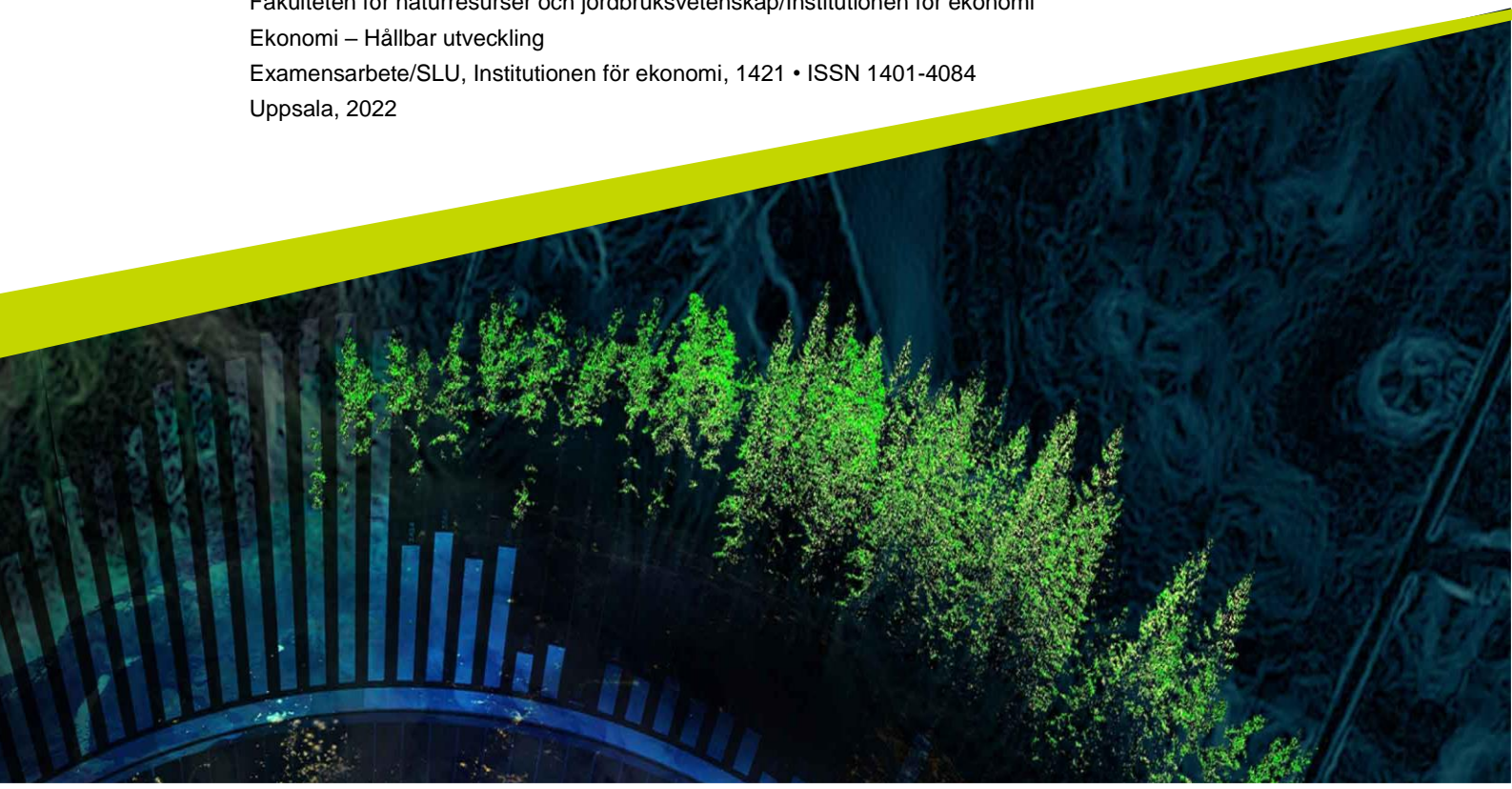
Sveriges lantbruksuniversitet, SLU

Fakulteten för naturresurser och jordbruksvetenskap/Institutionen för ekonomi

Ekonomi – Hållbar utveckling

Examensarbete/SLU, Institutionen för ekonomi, 1421 • ISSN 1401-4084

Uppsala, 2022



Innovativa företags utformning av hållbarhetsarbete och dess inverkan på legitimiteten – En fallstudie av K2A

Innovative companies design of sustainability work and its impact on legitimacy – A case study of K2A

Emelie Ekström & Emma Gozzi

Handledare: Per-Anders Langendahl, Sveriges Lantbruksuniversitet, Institutionen för ekonomi
Examinator: Karin Hakelius, Sveriges Lantbruksuniversitet, Institutionen för ekonomi

Omfattning: 15 hp
Nivå och fördjupning: Grundnivå, G2E
Kurstitel: Självständigt arbete i företagsekonomi
Kurskod: EX0902
Program/utbildning: Ekonomi – Hållbar utveckling
Kursansvarig inst.: Institutionen för ekonomi
Utgivningsort: Uppsala
Utgivningsår: 2022

Serietitel: Examensarbete/SLU, Institutionen för ekonomi
Delnummer i serien: 1421
ISSN: 1401-4084

Nyckelord: legitimitet, hållbarhet, intressentteorin, triple bottom line, hållbar utveckling

Sveriges lantbruksuniversitet

Fakulteten för naturresurser och jordbruksvetenskap

Institutionen för ekonomi

Sammanfattning

Unga innovativa företag står inför en utmaning avseende att skapa och erhålla trovärdighet och legitimitet för sin verksamhet. Detta då de ännu inte byggt upp ett förtroende hos sina intressenter. Därmed behöver dessa företag hitta sätt för att uppnå legitimitet. Ett sätt kan vara att arbeta med hållbarhet, varför denna studie undersöker hur unga företag kan arbeta med hållbarhet för att erhålla legitimitet hos sina intressenter. Även vilka utmaningar unga företag möter i sitt arbete med att erhålla legitimitet samt hur dessa övervinns, undersöks i studien.

I studien har författarna fokuserat på ett fallstudieföretag inom bygg- och fastighetsbranschen, K2A, där företagets hållbarhetsarbete studerats genom deras hållbarhetsredovisning. Hållbarhetsredovisning är ett sätt för organisationer att visa sina intressenter vilken påverkan företaget har på samhället avseende social, ekonomisk och miljömässig hållbarhet. Det har även genomförts en semistrukturerad intervju med fallstudieföretagets hållbarhetschef Karina Antin, för att samla in ytterligare empiri. Fallstudieföretaget K2A är ett fastighetsbolag som startades år 2013 och räknas därför som ett ungt fastighetsbolag. Bolaget både bygger och förvaltar hyresbostäder. Grundidén var och är fortfarande att bygga långsiktigt hållbara bostäder i trä. Detta då trä är det enda förnyelsebara byggmaterialet vilket gör det hållbarare än exempelvis betong.

För att besvara studiens frågeställningar har ett teoretiskt ramverk utformats där intressentteorin, legitimitetsteorin och triple bottom line är de teorier som tillsammans skapar det teoretiska ramverket. Teorierna används för att beskriva och skapa förståelse för relationen mellan företaget och dess intressenter, för att i förlängningen upptäcka om legitimitet skapas genom hållbarhetsarbetet. Empirin som samlats in genom hållbarhetsredovisningen och intervjun visar att företaget har ett omfattande hållbarhetsarbete. I studiens diskussion och slutsats fastställs att fallstudieföretaget genom sitt hållbarhetsfokus skapar legitimitet hos sina intressenter. Det fastställs även att många av företagets intressenter söker sig till dem just med anledning av deras hållbarhetsprofil. Men empirin visar också att företaget möter en rad utmaningar i sitt arbete med att erhålla legitimitet, men att de genom strategisk planering till viss del lyckas övervinna dessa utmaningar.

Nyckelord: legitimitet, hållbarhet, intressentteorin, triple bottom line, hållbar utveckling

Abstract

Young innovative companies face a challenge in creating and gaining credibility and legitimacy for their business. This is because they have not yet built up trust with their stakeholders. Thus, these companies need to identify how to achieve legitimacy. One way may be to work with sustainability, which is why this study looks into how young companies can work with sustainability to gain legitimacy from their stakeholders. The challenges that young companies face in their work to obtain legitimacy and how these are overcome are also explored in the study.

In the study, the authors have focused on a case study company in the construction and real estate industry, K2A, where the company's sustainability work has been studied through their sustainability report. Sustainability reporting is a way for organizations to show their stakeholders what impact the company has on society in terms of social, economic and environmental sustainability. A semi-structured interview has also been conducted with the case study company's sustainability manager Karina Antin, to gather further empirical evidence. The case study company K2A is a real estate company that was started in 2013 and is therefore considered a young real estate company. The company both builds and manages rental housing. The basic idea was and still is to build long-term sustainable homes in wood. This is because wood is the only renewable building material, which makes it more durable than, for example, concrete.

To answer the study's questions, a theoretical framework has been designed where the stakeholder theory, the legitimacy theory and the triple bottom line are the theories that together create the theoretical framework. The theories are used to describe and create an understanding of the relationship between the company and its stakeholders, in order to discover in the long run whether legitimacy is created through sustainability work. The empirical data collected through the sustainability report and the interview shows that the company has extensive sustainability work. In the study's discussion and conclusion, it is established that the case study company, through its focus on sustainability, creates legitimacy among its stakeholders. It is also determined that their sustainability profile attracts many stakeholders. The empirical evidence also shows that the company faces a number of challenges in its work to obtain legitimacy, but that through strategic planning they succeed in overcoming these challenges to some extent.

Keywords: legitimacy, sustainability, stakeholder theory, triple bottom line, sustainable development

Innehållsförteckning

Tabellförteckning	7
Figurförteckning.....	8
Förkortningar	9
1. Inledning	10
1.1 Bakgrund.....	10
1.2 Empiriskt problem	12
1.3 Teoretiskt problem	13
1.4 Syfte och frågeställningar	13
1.5 Avgränsningar	14
1.6 Uppsatsens struktur	14
2. Teori	15
2.1 Legitimitetsteorin	15
2.2 Intressentteorin	17
2.3 Triple bottom line.....	18
2.4 Teoretisk syntes	19
3. Metod.....	21
3.1 Litteraturgenomgång.....	21
3.2 Forskningsdesign	21
3.3 Fallstudie.....	22
3.4 Urval.....	22
3.4.1 Val av bransch	22
3.4.2 Val av företag.....	23
3.5 Datainsamling	23
3.6 Analys & kodning	24
3.7 Kvalitetskriterier.....	25
4. Empiri	26
4.1 Empirisk bakgrund	26
4.2 Om K2A.....	26
4.3 K2A:s intressenter.....	27
4.4 K2A:s hållbarhetsredovisning	28

4.4.1	Utmaningar kring hållbarhetsredovisning	29
4.5	K2A:s legitimitet	30
5.	Analys & diskussion	32
5.1	K2A:s intressenter	32
5.2	K2A:s legitimitet hos sina intressenter	34
5.3	Avslutande diskussion	36
6.	Slutsats	38
6.1	Studiens slutsatser	38
6.2	Förslag till fortsatt forskning	39
	Referenser	40
	Tack	43
	Bilaga 1	44

Tabellförteckning

Tabell 1: Lärande och legitimitet vid utveckling av innovativa företag	16
Tabell 2. Intervjuinformation.....	24
Tabell 3. Översikt - Intressenter och dess attribut	32

Figurförteckning

Figur 1. Uppsatsens struktur	14
Figur 2. Makt, legitimitet och angelägenhet	18

Förkortningar

EU	Europeiska Unionen
FN	Förenta Nationerna
GHG	Greenhouse Gas-protokollet
KTH	Kungliga Tekniska Högskolan
NCC	Nordic Construction Company
UN	United Nations

1. Inledning

I detta kapitel återfinns en inledande bakgrund där undersökt ämne presenteras. Följt av problemformulering av både det empiriska och teoretiska problemet. Vidare presenteras de forskningsfrågor som formulerats, tillsammans med studiens syfte. Därefter motiveras vilka avgränsningar som gjorts för studien. Avslutningsvis beskrivs uppsatsens struktur.

1.1 Bakgrund

Hållbarhet är ett begrepp som används ofta men som definieras på många olika sätt. Borglund et al (2021) beskriver hållbarhet som det arbete företag genomför via aktiviteter och strategier för att undvika eller minska negativ miljöpåverkan. De beskriver vidare begreppet som arbete för att förbättra såväl naturresurser som mänskliga resurser för att våra framtida generationer ska ha möjlighet att få sina behov uppfyllda. Det som menas med förbättring av naturresurser och mänskliga resurser är att miljöavtrycket ska bli mindre. Den senare delen av beskrivningen påminner om Brundtlandkommissionens beskrivning av begreppet hållbar utveckling som följer "...en utveckling som tillfredsställer dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillfredsställa sina behov" (Our common future, 1987).

I september 2015 beslutade FN om 17 globala mål inom hållbar utveckling, där både den sociala, ekonomiska och miljömässiga dimensionen ingår. Överenskommelsen har därefter kommit att kallas "Agenda 2030" (Borglund et al, 2021). När företag sätter upp sina miljömål brukar de utgå från målen inom Agenda 2030, för att kunna utveckla sina egna mål i linje med de globala målen (ibid). Som följd av detta införde EU 2020 den gröna taxonomiförordning som är ett ramverk för hur företag ska kunna avgöra vad som är hållbara investeringar (Regeringskansliet u.å).

Hållbarhetsarbete inom organisationer har under de senaste årtiondena blivit allt mer vanligt förekommande men också mer omdiskuterat (Borglund et al, 2021). Vissa företag väljer att arbeta som de gjort tidigare, medan andra företag lägger stor

vikt vid miljöfrågor. De företag som har ett hållbarhetsarbete inom organisationen, brukar välja att sätta upp miljömål att sträva mot.

En del av ett företags hållbarhetsarbete kan exempelvis vara att de väljer att hållbarhetsredovisa. Däremot är vissa företag i Sverige idag tvungna att hållbarhetsredovisa enligt svensk lagstiftning. Lagstiftningen trädde i kraft 2017 och gör det obligatoriskt för företag som uppfyller två eller fler av följande tre villkor; medelantal anställda över 250, balansomsättning på över 175 miljoner kronor samt nettoomsättning på över 350 miljoner kronor (Bolagsverket, 2019). Hållbarhetsredovisning innebär att knyta samman hållbar utveckling med redovisningsbegrepp och kan definieras enligt Frostenson & Helin (2018, s.8) som “En ram för att redovisa ekonomiska, sociala och miljömässiga aspekter av företagets verksamhet”. Hållbarhetsredovisning innebär också att mäta och presentera hållbarhetsarbetet, för att visa sitt ansvar och legitimitet gentemot företagets intressenter.

Det finns aktörer som har ett intresse för vilka beslut olika organisationer och företag tar och vilka aktiviteter de genomför (Borglund et al, 2021). Dessa aktörer kallas intressenter och exempel på dessa är leverantörer, kunder, anställda och investerare. Vidare beskriver Borglund et al (2021) hur ledningen ser på intressenter ur ett strategiskt perspektiv, där de mäktigaste och viktigaste intressenterna också är dem som får störst inflytande på organisationen. Detta då organisationer önskar uppnå legitimitet hos sina intressenter, för att dessa ska vilja göra affärer med organisationen (ibid).

Bygg och fastighetsbranschen är en sektor som står för stora utsläpp av växthusgaser. År 2019 stod svenska bostäder för drygt en femtedel (21,1%) av Sveriges totala utsläpp av växthusgaser ur ett livscykelperspektiv (Boverket, 2021). Dessutom så bidrar branschen med stora utsläpp utomlands genom importvaror. Däremot så minskade utsläppen av växthusgaser i branschen mellan år 2018 och 2019 med 1,5 %, samtidigt som den ekonomiska aktiviteten ökade mellan samma år (ibid). Byggbranschen har utifrån regeringsinitiativet om ett “fossilfritt Sverige” satt upp en plan för att nå Sveriges mål om nettonollutsläpp 2045 (Naturvårdsverket, u.å.) Vilket betyder att utsläppen ska vara så låga som möjligt, samtidigt som det som släpps ut kompenseras med negativt utsläpp som exempelvis kolupptag. På det sättet blir det totala slutliga utsläppet “noll” (Klimatordlista, 2010). I önskan om att uppnå detta mål har tänkbara åtgärder listats av Naturvårdsverket inom områdena: material, transport, energi och uppvärmning, avfall och byggbehov där åtgärder inom material och uppvärmning är av störst betydelse för att nå målet om nettonollutsläpp (Naturvårdsverket, u.å.).

Den 1 januari 2022 infördes lagen (2021:787) om klimatdeklaration för byggnader. Det innebär att byggherren som under tiden en ny byggnad uppförs ska redovisa en klimatdeklaration för Boverket. Byggherren är ett begrepp som innebär enligt Plan och bygglagen *“den som för egen räkning utför eller låter utföra projekterings-, -byggnads, rivnings- eller markarbeten”* (Byggherrarna, u.å). Vilket oftast är fastighetsägaren. Detta krav ska på det sättet skapa förutsättningar till att kunna ställa minimikrav på byggnaders klimatpåverkan ur ett livscykelperspektiv.

K2A är ett fastighetsbolag som grundades år 2013 som utvecklar, bygger och förvaltar hyreslägenheter i främst Stockholm, Mälardalen samt på vissa högskole- och universitetsorter. Deras affärsidé är att bygga och utveckla klimatsmarta lägenheter, där deras främsta målgrupp är mindre hushåll om 1-2 personer. Företaget förvaltar även bostäderna efter att byggnaderna färdigställts. Genom att bygga bostäder på trästommar kan K2A erbjuda klimatsmarta boenden. Detta eftersom trä är det enda förnybara byggmaterialet som finns (Falk, 2009). Ett av K2A:s övergripande mål är att år 2027 bli det första klimatpositiva fastighetsbolaget i Sverige (K2A, u.å).

1.2 Empiriskt problem

Hållbarhet är ett brett begrepp som gör att det kan definieras på olika sätt av företag. Det leder i sin tur till att hållbarhetsredovisning och hållbarhetsarbete utformas på olika sätt av olika företag. Borglund et al (2021) beskriver hur hållbarhetsarbete till stor del handlar om att tillgodose krav på transparens av företagets arbete. En konsekvens av tolkningsutrymmet i begreppet hållbarhet samt utrymmet för frihet i hållbarhetsredovisningen, gör att företag skriver om olika hållbarhetsrelevanta områden i sina hållbarhetsredovisningar. Detta gör att möjligheten till jämförelse mellan företags hållbarhetsarbete blir begränsad, om de visar sin transparens inom olika områden kring företagets hållbarhetsarbete. Om transparensen är begränsad till vissa områden så kan detta skapa problem som ökad informationsasymmetri (Forssbäck & Oxelheim, 2014).

Att företaget visar transparens gentemot intressenterna innebär att företaget innehar trovärdig information om företagets redovisning. Men denna information bör även vara av värde för mottagaren, det vill säga intressenterna (Forssbäck & Oxelheim, 2014). Det är därför viktigt för företag att visa transparens för att uppnå legitimitet. Företag upplevs legitima först om företagets värderingar går väl ihop med deras intressenters värderingar, enligt legitimitetsteorin (Deegan, 2002). Det blir således viktigt för företag att i sitt hållbarhetsarbete fokusera på de områden som deras intressenter anser vara viktiga. Att se olika intressenters intressen och hantera

relationen till dessa intressenter är därför en förutsättning för att kunna erhålla legitimitet. Att upprätthålla legitimitet hos intressenterna kan däremot bli problematiskt om intressenter har olika eller motstridiga krav på hållbarhetsarbetet i ett företag. Om dessa mål och krav motsätter sig varandra kan det bli svårt att tillgodose alla intressenters behov, vilket kan försvåra hållbarhetsarbetet (Frostenson & Helin, 2018). En vanlig intressekonflikt är att aktieägarnas intresse ofta sker på bekostnad av samhällsproblem, exempelvis miljöförstöring och att hänsyn till samhällsproblem ofta sker på bekostnad av aktieägaren (Hearit, 1995, s.3 enligt Tilling, 2004).

1.3 Teoretiskt problem

Den forskning som finns idag inom legitimitet belyser relationen mellan etablerade företag och dess intressenter (Del Castillo-Feito et al, 2021). Däremot saknas det forskning på hur legitimitet skapas mellan innovativa företag och deras intressenter.

Ett av de största problemen för unga innovativa företag är att skapa och erhålla trovärdighet och legitimitet för verksamheten, eftersom innovativa företag är nyskapande. Detta medför att innovativa företag måste bevisa för sina intressenter att det går bra att göra affärer med dem. Det kan därför anses lättare för kunder att förlita sig på redan etablerade företag på marknaden, där det redan finns ett förtroende med upparbetad legitimitet i relationen mellan företaget och dess intressenter. Därav blir det en utmaning för unga innovativa företag att skapa trovärdighet och att bevisa att företaget är minst lika bra, eller bättre, i jämförelse med sina konkurrenter på marknaden (Landström & Löwegren, 2009).

I dagsläget finns det lite forskning på hur hållbarhetsarbetet hos innovativa företag kan bidra till att stärka dess legitimitet i relation till intressenter. Därmed behövs det mer forskning inom området, som ett hjälpmedel för innovativa företag när de önskar erhålla legitimitet. Denna studie börjar att adressera denna kunskapslucka, vilket kan vara till nytta för innovativa företag.

1.4 Syfte och frågeställningar

Studiens syfte är att genom en fallstudie inom bygg- och fastighetsbranschen, bidra med kunskap om hur ett innovativt företags hållbarhetsarbete bidrar till att skapa legitimitet hos sina intressenter. Följande frågeställningar har formulerats för att uppnå syftet med studien.

1. Hur bidrar företagets hållbarhetsarbete till att erhålla legitimitet hos sina intressenter?
2. Vilka utmaningar möter innovativa företag i sitt arbete med att erhålla legitimitet, och vad gör de för att överkomma dessa utmaningar?

1.5 Avgränsningar

I syftet att undersöka relationen mellan företags hållbarhetsarbete och dess legitimitet har en avgränsning gjorts till att undersöka innovativa företag som är relativt unga på en etablerad marknad. Ytterligare avgränsning har gjorts avseende bransch, där studien är avgränsad till bygg och fastighetsbranschen. För att skapa tydligare förståelse för relationen mellan företags hållbarhetsarbete och dess legitimitet, har även en avgränsning gjorts till ett fallstudieföretag, fastighetsbolaget K2A.

1.6 Uppsatsens struktur

Nedan presenteras en illustration över studiens struktur, varefter varje kapitel kort introduceras.



Figur 1. Uppsatsens struktur. Egen bearbetning.

Första kapitlet är en introduktion till uppsatsen, där relevant bakgrundsinformation ges för att sedan presentera studiens problemformuleringar. Vidare introduceras uppsatsens syfte och forskningsfrågor. I studiens andra kapitel beskrivs teorierna som tillämpas, vilket är legitimitetsteorin, intressentteorin samt triple bottom line. Även en teoretisk syntes presenteras och avslutar det andra kapitlet.

Kapitel tre följs av att uppsatsens metod presenteras, bestående av litteraturgenomgång, datainsamling samt trovärdighet och autenticitet. Fjärde kapitlet presenterar empirin som samlats in genom intervjun som genomförts. Vidare i kapitel fem genomförs en analys på empirin som presenterats tillsammans med en diskussion av innehållet. I arbetets sista kapitel fastställs vilka slutsatser som kunnat dras och därmed besvaras även studiens syfte. Avslutningsvis presenteras förslag på vidare forskning.

2. Teori

Teorikapitlet inleds med presentation av de teorier som tillämpats i studien, legitimitetsteorin, intressentteorin & triple bottom line. Avslutningsvis presenteras en syntes av studiens valda teorier.

2.1 Legitimitetsteorin

Legitimitet är ett begrepp som enligt Suchman (1995, s.573) innebär att uppfattningen hos organisationers handlingar anses vara korrekta och önskvärda enligt de normer och värderingar som finns i samhället. Dessa normer och värderingar är inte fasta utan förändras över tid för att passa in i det aktuella samhällsklimatet. Detta innebär att intressenters syn på företaget avgör om organisationen anses legitim eller inte. För att en organisation ska uppnå legitimitet så bör alltså dessa normer och värderingar efterföljas.

Legitimitetsteorin bygger på att företag önskar upplevas legitima av sina intressenter. (Deegan, 2002). Deegan & Unerman (2011) beskriver teorin som ett socialt kontrakt som innefattar samhällets förväntningar på företaget, innehållande aktiviteter vars syfte är att få företaget att uppfattas legitimt. Misslyckas företaget med att uppnå dessa förväntningar så kan det leda till konsekvenser som att företaget förlorar sin legitimitet och konsumenter slutar att konsumera företagets produkter och tjänster. Suchman (1995) beskriver att problemet med legitimitetsteorin är att många företag använder sig av begreppen men att få definierar det. Suchman försöker vidare definiera organisatorisk legitimitet som en resurs, en tillgång liknande pengar, som en organisation kan utvinna på ett konkurrenskraftigt sätt från den sociala miljön, som sedan används i strävan till att uppnå företagets mål (ibid).

Suchman (1995) särskiljer tre olika typer av legitimitet: pragmatisk, moralisk och kognitiv legitimitet. Pragmatisk legitimitet innebär att intressenterna utvärderar organisationen ur ett egenintresse och beräknar hur organisationen kan gynna dem som individ praktiskt. Detta innebär ofta ett direkt utbyte mellan individ och organisation eller ett politiskt utbyte. Moralisk legitimitet utvärderar istället organisationens aktiviteter utifrån vad som anses vara rätt eller fel sak att göra

utifrån de normer och värderingar som finns i samhället. Kognitiv legitimitet grundar sig till skillnad från pragmatisk och moralisk inte utav utvärderingar av en organisations aktiviteter. Istället fokuserar kognitiv legitimitet mer på intressenters grunduppfattningar om en viss aktivitet är positiv eller negativ. Denna grunduppfattning sitter så pass djupt rotat i individen och därav utförs ingen utvärdering av aktiviteten (ibid).

Tabell 1: Egen bearbetning - Lärande och legitimitet vid utveckling av innovativa företag (Aldrich, 1999).

Analysnivå	Lärande	Kognitiv legitimitet	Socio-politisk legitimitet
Företaget	Skapa en kunskapsbas genom experimentellt lärande	Förenkla och länka den nya verksamheten till tidigare kunskapsmassa	Undvik trassel med myndigheter
Mellan företag i branschen	Fördjupa kunskapsbasen	Stimulera utvecklingen av gemensam uppfattning med kollektivt handlande	Uppvisa enad front mot politiker och myndigheter
Mellan branscher	Sprid kunskap- Uppmuntra samarbeten och aktiviteter med tredje part	Skapa branschövergripande grupper och organisationer	Samarbeta med myndigheter gentemot konkurrerande branscher och tekniker
Samhället	Konsolidera kunskap- samarbeta med etablerade organisationer	Samarbeta med oberoende legitimerande/certifierande institutioner	Involvera verksamheten i det politiska systemet

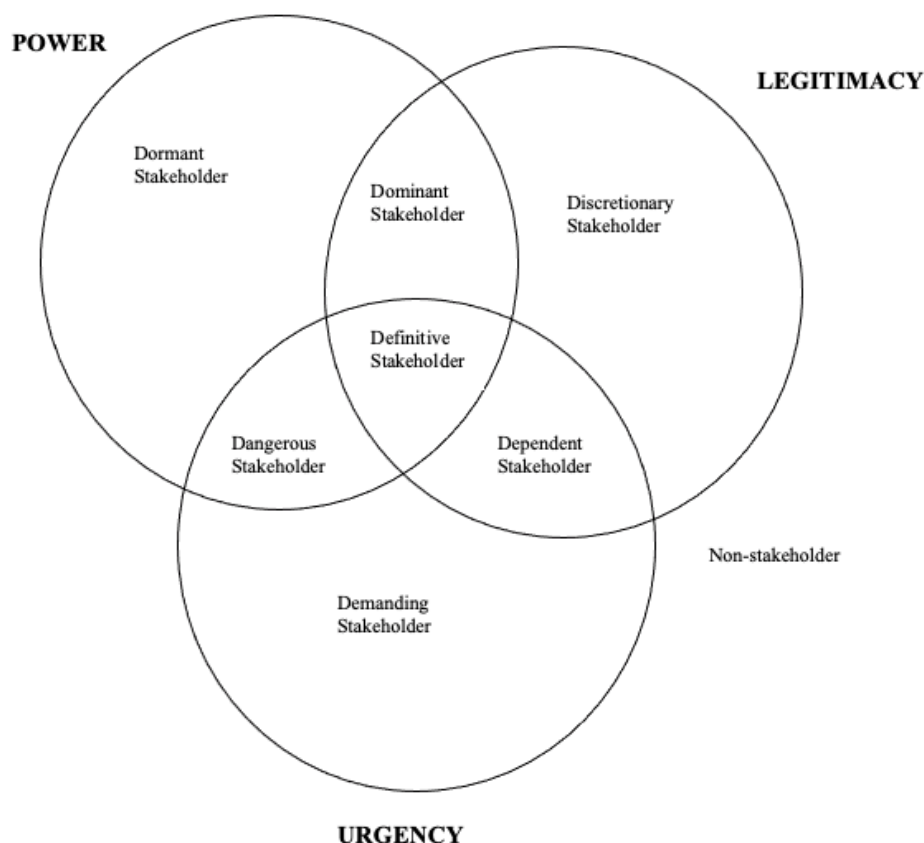
För nya företag är det en utmaning att skapa legitimitet för sin verksamhet, Aldrich (1999) i Landström & Löwengren (2009) diskuterar strategier som nya innovativa företag kan använda för att skapa legitimitet och beskriver två olika typer av legitimitet. Vidare beskrivs hur dessa två strategier skapar legitimitet genom fyra olika analysnivåer (se tabell ovan). För att skapa legitimitet så menar Aldrich (1999) på en kognitiv legitimitet som innebär spridningen av kunskapen om det nya företaget. Detta kan exempelvis innebära att samarbeta med oberoende legitimerande institutioner på samhällsnivå eller att försöka länka den nya verksamhetens kunskap till tidigare kunskapsmassa på företagsnivå. Sedan beskrivs även socio-politisk legitimitet för att lyckas inom branschen, som innebär de värderingar och normer som finns i samhället. För att uppnå det så innebär det bland annat att involvera verksamheten i det politiska systemet på samhällsnivå och att försöka undvika trassel med myndigheter på företagsnivå (ibid). Lyckas företaget med detta, kan legitimitet skapas hos företagets intressenter.

2.2 Intressentteorin

Teorin etablerades av R. Edward Freeman genom hans bok *Strategic Management - A Stakeholder Approach (1984)* där han presenterar intressentteorin, vilket blev början på teorins utveckling. Intressentteorin grundar sig i att det finns en ömsesidig relation mellan aktörer och intressenter som har ett intresse i ett företags verksamhet, vilka företaget är beroende av för att kunna fortsätta bedriva sin verksamhet. Freeman definierar begreppet intressent enligt följande “*Any group or individual who is affected by or can affect the achievement of an organization’s objectives*” (Freeman, 1984, s.46). Genom sin definition bidrog Freeman med en bredare syn på begreppet, som tidigare bara tagit hänsyn till ägarnas intresse avseende ekonomisk avkastning.

Intressentteorin har med åren utvecklats ytterligare och går idag att kategorisera i tre kategorier utifrån intressenternas attribut (Mitchell et al, 1997). Makt (power), legitimitet (legitimacy) och angelägenhet (urgency) är de tre attributen som intressenterna kan kategoriseras inom. Mitchell et al (1997) förklarar vidare att en intressent där individ eller grupp trots motstånd lyckas få sin vilja igenom, kan räknas till attributet makt. Medan för att räknas till attributet legitimitet, bör intressenten inneha ett förtroende från sin omgivning och ha ett socialt accepterat beteende. Dessa två attribut kan tas för att ständigt hänga samman, vilket de i många fall gör. Däremot innebär inte innehav av makt, automatiskt att en intressent innehar legitimitet. En intressent som däremot innehar båda attributen kan anses ha auktoritet över organisationen. Det tredje attributet, angelägenhet, berör känslighet avseende tid och gruppen intressenter som hör hit är de som har ärenden och åsikter av brådskande karaktär (ibid).

Författarna förklarar vidare att det går att utläsa vilka intressenter ett företag prioriterar, utifrån vilka attribut som de besitter. Desto fler attribut en intressent besitter, desto högre brukar de prioriteras av organisationen.



Figur 2. Egen bearbetning - Makt, legitimitet och angelägenhet (Mitchell et al, 1997).

Figuren tydliggör att intressenterna går att dela in i sju olika kategorier av intressenter. De intressentgrupper som befinner sig närmast mitten är de intressenter som företagen brukar vara mest angelägna att ta hänsyn till. Utifrån denna figur blir därmed intressentgruppen “definitive stakeholder” den prioriterade och viktigaste intressenten. Dessa innehar samtliga tre attribut. Medan exempelvis intressentgrupperna i utkanten bara innehar ett attribut och därmed inte blir lika prioriterade (Mitchell et al, 1997).

2.3 Triple bottom line

Ur ett historiskt perspektiv har företagsledare främst fokuserat på det ekonomiska resultatet i företaget. Triple bottom line (TBL) är ett begrepp som myntades av Elkington (1994) och innebär att det finns ett värde för företag att arbeta med social samt ekologisk hållbarhet och integrera detta med det ekonomiska arbetet i organisationen. Därmed bör företag basera sina prestationer på samtliga aspekter

vilket är ekonomiska, sociala och miljömässiga (Elkington, 2004), där finansiella nyckeltal redovisas sida vid sida med icke-finansiella nyckeltal.

För att kunna redovisa en aspekt så behöver den först mätas. Detta kan göras på relativt enkla objektiva sätt genom standard indikatorer (Norman & MacDonald, 2004). Varför företag är intresserade av att redovisa och mäta sociala och miljömässiga aspekter är framförallt på grund av tre anledningar. (1) Genom att mäta sociala prestationer går det även att hitta indikatorer för hur de ska kunna förbättras. Företag med bra sociala prestationer tenderar att vara mer lönsamma ur ett långsiktigt perspektiv. (2) Företag har en skyldighet att förbättra sin nettopåverkan på samhället och miljön, vilket gör korrekta mätningar nödvändiga för att se hur företaget når upp till denna skyldighet. (3) Företag har en skyldighet gentemot intressenterna att lämna ut information för att uppnå transparens (Norman & MacDonald, 2004). Ett sätt för företag att redovisa sina sociala och miljömässiga aspekter är genom sin hållbarhetsredovisning där företaget kan lämna ut information för att på så sätt uppnå transparens.

2.4 Teoretisk syntes

För att kunna besvara frågeställningarna så har en teoretisk syntes skapats som baseras på teorier om hållbar företagsledning. Hållbar företagsledning handlar om att 1) hantera inte bara ekonomisk hållbarhet (som är nödvändigt för att företaget inte ska gå i konkurs) men också social och miljömässig hållbarhet. 2) att se och hantera intressentrelationer är viktig för hållbar företagsledning och 3) goda intressentrelationer är viktiga för att erhålla och upprätthålla legitimitet. Detta teoretiska ramverk har använts i studien för att undersöka hur hållbarhetsarbetet hos innovativa företag bidrar till att erhålla legitimitet. De teorier som använts är legitimitetsteorin, intressentteorin och triple bottom line. Nedan förklaras hur dessa tre teorier går att kopplas till varandra och till studiens syfte.

Legitimitet är något som ett företag erhåller från sina intressenter utifrån intressenternas syn på företaget (Deegan & Unerman, 2011). Intressentteorin anser att det finns en ömsesidig relation mellan företag och intressenter, där företagen är beroende av intressenterna för att kunna bedriva sin verksamhet (Freeman, 1984). Denna relation som intressentteorin beskriver mellan företag och intressenter kan kopplas till legitimitetsteorin, som beskriver denna relation som nödvändig för att företaget ska upplevas legitimt. Det är alltså viktigt för företagen att ha en bra relation med sina intressenter för att verksamheten ska uppfattas legitim och framgångsrik. Legitimitetsteorin grundar sig i intressenternas värderingar och syn på samhället och hur väl företaget speglar dessa värderingar (Deegan, 2002). Triple

bottom line förklarar att det finns ett värde att redovisa ekonomiska, sociala och miljömässiga aspekter tillsammans (Elkington 1994). Detta värde som förklaras av Elkington (1994) kan grunda sig i intressenternas sociala värderingar och förväntningar på företaget att redovisa sociala och miljömässiga aspekter. För företaget så kan det därav vara en fördel att redovisa enligt triple bottom line, då detta kan ge förutsättningar för en god relation med intressenterna och upplevd legitimitet. Genom företags hållbarhetsredovisning där ekonomiska, sociala och miljömässiga värden redovisas tillsammans, går det att se värdet som triple bottom line försöker belysa.

Då en av studiens frågeställningar är att se hur företagets hållbarhetsarbete bidrar till att erhålla legitimitet hos intressenterna så blir det naturligt att använda sig av både legitimitetsteorin och intressentteorin. Legitimitetsteorin då den hjälper till att visa hur legitimitet skapas. Men även intressentteorin för att visa på vilka intressenter som finns och hur dessa påverkar företaget. Legitimitetsteorin är på samma sätt som i den första frågeställningen till hjälp i den andra frågeställningen kring vilka utmaningar unga företag möter i sitt arbete med att erhålla legitimitet samt hur företaget gör för att överkomma dessa utmaningar. Genom att studera fallstudieföretagets hållbarhetsredovisning går det att se hur företaget redovisar sina sociala, ekonomiska och miljömässiga värden tillsammans, vilket är det som triple bottom line belyser som viktigt.

3. Metod

I detta kapitel beskrivs valet av metoden till studien och den bakomliggande motivationen till denna. Vidare beskrivs studiens val av forskningsdesign, urval samt insamling av data. Avslutningsvis analyseras relevanta kvalitetskriterier för den valda metoden.

3.1 Litteraturgenomgång

I den inledande delen av studiens forskningsprocess så har en litteraturgenomgång genomförts för att undersöka tidigare teorier och forskning inom ämnet. Detta är en viktig del av arbetet och uppfyller flera syften som exempelvis för att få en ökad kunskap och förståelse inför forskningen (Bryman & Bell, 2017). Teorierna ämnar skapa ökad förståelse för studiens ämnesområde. Tre teorier används och bildar tillsammans det teoretiska ramverket för studien. Legitimitetsteorin, intressentteorin samt triple bottom line används för att besvara syftet med studien. Vetenskapliga artiklar utgör studiens litteratur och har hämtats från databaserna Primo och Google Scholar. Vid litteratursökningen användes följande sökord: *legitimacy theory, stakeholder theory, environmental audit & triple bottom line*. Majoriteten av den använda litteraturen i denna studie är ursprungligen skriven på engelska, vilket gör författarna medvetna om att eventuella förvrängningar kan ha skett i tolkningen av språket.

3.2 Forskningsdesign

Vid genomförandet av denna studie har en kvalitativ forskningsmetod tillämpats, vilket utgår från en induktiv forskningsprocess där teorin grundar sig i den insamlade datan (Bryman & Bell, 2017). Metoden som har valts för studien har en kunskapssteoretisk ståndpunkt som är tolkningsinriktad. Det innebär att subjektiva värderingar och synsätt från respondenten kommer behöva tolkas för att få en förståelse kring om företagets hållbarhetsarbete påverkar legitimiteten. Metoden har valts för att uppfatta respondentens sociala verklighet och det som sker i denna, för att på så sätt skapa en djupare förståelse för verkligheten. Processen innebär

också att studiens författare drar slutsatser utifrån de observationer som gjorts vid intervjun med respondenten.

3.3 Fallstudie

Fallstudie är en forskningsdesign som är väl använd inom företagsekonomisk forskning och innebär en utgångspunkt ifrån ett specifikt fall, exempelvis en organisation, plats eller händelse (Bryman & Bell, 2017). Denna forskningsdesign tillämpas när forskaren utgår från något som är av intresse och har som mål att belysa detta på ett ingående sätt. Stake (1995) i Bryman & Bell (2017) skiljer på olika typer av fallstudier. Om forskaren vill få inblick i detaljer som kännetecknar en specifik situation och inte har som mål att generera kunskap till generella frågeställningar eller situationer så genomförs en *intern fallstudie*. Om forskaren har som mål att använda ett specifikt fall som medel för förståelse till en mer generell frågeställning används istället *instrumentell fallstudie*. Däremot noterar Stake (1995) att skillnaden mellan de olika typerna kan vara diffusa.

Denna studie syftar till att undersöka en specifik organisation därav valet av fallstudie som forskningsdesign. Studien ämnar även att använda den specifika organisationens fall för att få förståelse till mer generella frågeställningar vilket gör forskningsdesignen mer specifikt till en *instrumentell fallstudie* (Bryman & Bell, 2017).

3.4 Urval

För denna studie har ett målstyrt urval använts. Det innebär att urvalet grundar sig på studiens syfte och där analysenheterna väljs ut för att på bästa sätt kunna besvara forskningsfrågorna (Bryman & Bell, 2017). Under följande avsnitt motiveras studiens val av bransch och företag som ligger till grund för uppsatsens syfte.

3.4.1 Val av bransch

Val av bransch grundar sig i författarnas intresse av att undersöka en bransch som har en stor inverkan på miljön. Bygg- och fastighetsbranschen står för en betydande del av samhällets miljöpåverkan, som år 2019 stod för 21 % av Sveriges totala utsläpp av växthusgaser (Boverket, 2021). En omställning till en mer hållbar bransch är därför väsentligt för att Sverige ska uppnå målet om nettonollutsläpp av växthusgaser 2045 (Sveriges miljömål, 2022). Därmed gör det bygg- och fastighetsbranschen till ett passande val för studien.

3.4.2 Val av företag

Studiens syfte är att se hur innovativa företag på marknaden använder sig av hållbarhetsarbete för att erhålla legitimitet. Detta då företag som varit etablerade på marknaden länge ofta har ett större förtroende hos intressenterna och vars legitimitet inte är lika ömtålig som för innovativa företag (Landström & Löwengren, 2009).

K2A är ett företag som grundades 2013 vilket gör företaget till relativt ungt i branschen, om man exempelvis jämför med branschkollegor som PEAB som funnits på marknaden i 40 år (Fagerwall & Granström, 2020). Redan från start så byggde företaget sina fastigheter på trästommar, något som skiljer sig från deras mer etablerade konkurrenter i branschen där det vanligaste byggmaterialet är betong (RISE, u.å). K2A profilerar sig även som *det gröna fastighetsbolaget* där människa miljö och hållbarhet står i fokus (K2A, u.å.). K2A valdes därav till denna studie för att se hur dem, som ett ungt och innovativt företag inom fastighetsbranschen har använt sig av hållbarhetsarbetet för att erhålla legitimitet.

3.5 Datainsamling

Respondenten valdes utifrån hennes befattning på fallstudieföretaget. Respondenten heter Karina Antin och är hållbarhetschef hos fastighetsbolaget K2A. Rollen som hållbarhetschef gör respondenten relevant att kunna besvara frågor relaterade till studiens syfte. Syftet med den semistrukturerade intervjun var att samla in Karina Antins individuella uppfattning kring innovativa företags arbete med hållbarhet för att uppnå legitimitet. Utifrån hennes uppfattning är målsättningen att skapa en generaliserbar bild som ska kunna appliceras på andra innovativa företag, såväl innovativa företag som är relativt unga på marknaden, samt företag inom samma bransch.

Insamlingen av empiri till denna studie har skett genom en semistrukturerad intervju. Då en kvalitativ metod används i studien där subjektiva värderingar ska tolkas så ansågs en semistrukturerad intervju mest lämplig som datainsamlingsmetod (Bryman & Bell, 2017). Den semistrukturerade intervjun förbereddes först med en intervjuguide med 11 olika frågor (se bilaga 1) där det finns frihet i hur frågorna besvaras av respondenten samt möjlighet för författarna att ställa följdfrågor (Bryman & Bell, 2017). Frågorna utgick från studiens syfte och kopplade teorier och utgick således från specifika teman, dessa teman var; *hållbarhet, intressenter och legitimitet*. De inledande frågorna omfattade respondentens befattning på företaget, samt hur länge personen jobbat på företaget. Frågorna gick sedan över till att handla om företagets hållbarhetsarbete, vad som

driver företagets hållbarhetsarbete samt vilka utmaningar som finns. Därefter kopplades hållbarhetsfrågorna till frågor om företagets intressenter och slutligen till respondentens åsikt om företagets upplevda legitimitet.

Intervjun genomfördes digitalt via mötesplattformen Teams den 20:e april 2022 och varade i 30 min. Anledningen till att intervjun genomfördes digitalt var för att det passade bäst för respondenten som föreslog denna mötesplattform för intervjun. Intervjuguiden skickades även i förväg efter önskemål från respondenten.

Både primära och sekundära källor har använts vid datainsamlingen. Primära källor i form av den intervju som författarna genomfört med respondenten som är ursprungskälla. Studiens sekundärkällor är K2A:s års- och hållbarhetsredovisning samt vetenskapliga artiklar och kurslitteratur.

Tabell 2. Intervjuinformation.

Företag	Person	Företagsroll	Tid för intervju	Längd
K2A	Karina Antin	Hållbarhetschef	2022-04-20 15.45	30 min

3.6 Analys & kodning

Intervjun transkriberades sedan för att underlätta analysen av det som sades för att på ett korrekt sätt kunna sammanställa empirin. Möjligheten till transkribering fanns genom att intervjun spelades in efter att ha fått godkännande från respondenten. Fördelar som finns med att spela in och transkribera intervjuer är bland annat att det underlättar för en noggrannare analys om vad som sagts på intervjun, samt att de som utför studien har tillgång till att lyssna på intervjun flera gånger (Bryman & Bell, 2017). Empirin som genererats av intervjun gick sedan igenom en tematisk analys för att identifiera olika teman. Detta gjordes genom öppen kodning som innebär att den insamlade datan bryts ned, studeras och jämförs för att sedan kategoriseras (Bryman & Bell, 2017). De teman som identifierades och som utgjorde grunden för studiens analys och empirikapitel blev således *hållbarhetsredovisning, intressenter och legitimitet*.

3.7 Kvalitetskriterier

Studien är inom området för kvalitativ forskning där reliabilitet och validitet är viktigt för att säkerställa god kvalitet vid diskussion och analys. Därmed är det betydelsefullt att under studiens gång kontinuerligt reflektera samt ha ett kritiskt förhållningssätt för att uppnå ett bra slutresultat. Det finns fyra kvalitetskriterier som tagits hänsyn till i studien, och dessa som tagits i beaktning är överförbarhet, tillförlitlighet, konfirmering och pålitlighet (Bryman & Bell, 2017). När dessa kriterier tillämpas krävs det att resultatet avspeglar och utformar en korrekt bild av den sociala verkligheten som studerats. Respondenten har valts ut utifrån hennes befattning på fallstudieföretaget, vilken gör henne relevant att kunna besvara frågor relaterade till studiens syfte. Detta är väl relaterat till kriteriet tillförlitlighet, där det behöver finnas motiverat hur urvalet gått till när avgränsning gjorts (Bryman & Bell, 2017). Detta för att lyckas skapa den korrekta bilden av den sociala verkligheten, för att kunna skapa en acceptans hos läsaren. Överförbarhet har också applicerats genom ett väl utvecklat empiriavsnitt, vilket gör det möjligt för läsaren att avgöra om studien är applicerbar i andra sammanhang.

Kriteriet pålitlighet uppnås genom en grundlig redogörelse för hur studien utförts (Lincoln & Guba, 1985). Vidare har feedback från seminariegruppen samt handledare bidragit till högre pålitlighet, då studien granskats av flera parter och därefter korrigerats. Det sista kriteriet, konfirmering, innebär att inga egna etiska och moraliska synpunkter som kan påverka studiens utfall ska appliceras (Bryman & Bell, 2017). Därmed har författarna haft ett kritiskt förhållningssätt till de källor som använts samt till de medvetna och omedvetna föreställningar som författarna besitter. Författarna har i den mån det är möjligt genomfört studien med etisk heder, i förhoppning om att studien ska vara objektiv.

4. Empiri

Kapitlet inleds med en empirisk bakgrund, sedan presenteras fallstudieföretaget, följt av den insamlade empirin från intervjun.

4.1 Empirisk bakgrund

Fastighetsbranschen är en bransch där de tre största aktörerna på marknaden; Peab, Skanska och NCC, funnits i över 40 år (Fagervall & Granström, 2020). Därmed räknas K2A som grundades 2013, till ett av de yngre företagen inom branschen. K2A både bygger och förvaltar bostäder, vilket är vanligt bland privata fastighetsbolag (Nordstrand, 2008).

Insamling av empiriskt material har genomförts genom en semistrukturerad intervju med hållbarhetschef Karina Antin. Hon har jobbat på K2A i drygt ett år och jobbade tidigare som konsult i 10 år och har i sin tidigare roll haft K2A som en av sina kunder. I sin roll som hållbarhetschef har hon varierande arbetsuppgifter dels strategiskt vad de ska fokusera på inom företaget och hur de ska arbeta för att uppnå sina mål. Men också utvecklingsmässigt genom att sätta upp mål och hur dessa ska följas upp. Även strategiarbete är en del av hennes arbetsuppgifter, samt operativa aktiviteter som att delta i olika projekt samt träffa investerare och banker. Till viss del är hon även involverad i certifieringsarbete, exempelvis Svanen-certifieringen. Det är en bred roll beskriver hon själv (pers. med., K. Antin), men där fokus ligger på utvecklings- och strategiarbete.

4.2 Om K2A

K2A startades år 2013 av Johan Knaust och har idag 120 anställda. Hans vision när han startade bolaget var att skapa ett fastighetsbolag som skulle finnas långsiktigt. Antin berättade vidare (pers. med., K. Antin) att med långsiktigt fastighetsbolag menade grundaren att jobba hållbart i alla tre led; ekonomiskt, socialt och ekologiskt. Grundbulten i hela bolagets affärsidé var redan från start att jobba långsiktigt och hållbart, varför det var bestämt redan från början att de endast skulle

bygga hyresbostäder i trä. Detta då trä är det enda förnyelsebara byggmaterialet, varför UNECE (2014) beskriver hur EU försöker främja byggande i trä inom fastighetsbranschen framför användandet av betong. Vidare förklarade Antin (pers. med., K. Antin) att hållbarhet genomsyrar hela företaget och att många av företagets anställda sökt sig till företaget med anledning av deras hållbarhetsprofil. Hon menar att det förenklar hennes roll som hållbarhetschef att hållbarhet är något som alla inom bolaget har som fokus i sina roller, och att det därmed inte är något hon som hållbarhetschef behöver dra i ensam.

Antin (pers. med., K. Antin) förklarade att bolaget definierar hållbarhet som att genom att de arbetar med social, ekonomisk och ekologisk hållbarhet så skapar det välmående hos människor, bolag, djur och natur. Det handlar om att skapa miljöer som är resilienta för människor att bo i och då är det viktigt att ha med sig alla tre led av hållbarhet. Därmed utvecklar hon ytterligare att genom den definitionen av hållbarhet blir hållbarhet grundbulten i företagets affärsmodell. Vidare i K2A:s årsredovisning (K2A, 2022) beskriver företaget hållbarhet som ansvaret som bolaget har för sin påverkan på människor och miljö. De beskriver vidare att hållbarhetsarbetet är affärskritiskt, vilket innebär att deras integrerade hållbarhetsarbete går hand i hand med värdeskapande.

“Genom att arbeta med hållbarhet som värdegrund kan K2A leverera långsiktiga värden till bolagets alla intressenter, såväl kunder, aktieägare, medarbetare som samhället och planeten” (K2A, 2022, s.24).

4.3 K2A:s intressenter

K2A har intressenter i form av anställda, kunder, investerare, leverantörer och kommuner. Här förklarar Antin (pers. med., K. Antin) att intressenter har varierande värderingar och att det kan vara en utmaning i sitt försök att tillfredsställa samtliga intressenter. Däremot förklarar hon vidare att det underlättat att K2A har den hållbarhetsprofil som de har, då det lett till att många kunder, leverantörer, anställda och även investerare vänt sig till dem av just den anledningen. Detta har lett till att de flesta intressenter har relativt liknande intressen.

Antin (pers. med., K. Antin) beskriver en upphandling nyligen där deras hållbarhetsfokus blev avgörande. Ett helt nytt område ska byggas och där gav kommunen uppdraget till K2A att bli ankarbyggare, vilket innebär att bolaget får vara med och utveckla det nya området från start. Hon förklarar vidare att motiveringen från kommunen till att valet föll på dem var deras klimatfokus samt deras mål om att vara klimatpositiva 2027. I det här fallet blir kommunen också en

kund, där det krävstalls enligt en tidsplan när olika delar av projektet ska vara klart. Redan i ett tidigt stadie när K2A startades, valde de att köpa en träfabrik i Valdemarsvik för att säkerställa åtkomsten till trä (ibid). Det är ett initiativ som togs eftersom företaget bygger i trä så är materialet helt avgörande för deras möjlighet att kunna följa tidsplaner som utlovat gentemot sina intressenter.

Avseende intressentgruppen kunder så har de ett intresse i att de bor i hållbara bostäder då det exempelvis gör bostaden mer energieffektiv (ibid). Däremot berättar Antin att kunder även har andra intressen i form av läge och pris.

Antin beskriver anställda som en viktig intressent (pers. med., K. Antin). De är grunden och stommen i företaget och därmed är det viktigt att deras värderingar överensstämmer med företaget. Vidare berättar Antin (ibid) att branschfolk med intresse för hållbarhet sökt sig till företaget just för deras hållbarhetsfokus.

K2A och deras intressenter har ett ömsesidigt intresse, där båda parter har vissa krav på varandra för att vilja göra affärer (pers. med., K. Antin). Intressentgruppen leverantörer beskriver Antin som mest utmanande. Detta då deras leverantörer har underleverantörer som i sin tur kan ha underleverantörer, vilket gör det svårt att kontrollera och krävställa hela leverantörskedjan.

Investorerare är en intressentgrupp där företag historiskt tänkt att deras främsta intresse är ekonomisk avkastning (pers. med., K. Antin). Vidare förklarar Antin att det är ett starkt intresse även idag, men att många investerare idag även intresserar sig mycket för hållbarhetstänket i de företag som de investerar i. De brukar bland annat kika på att företag är med i UN Global Compact som är ett frivilligt initiativ med tio principer för hållbar utveckling utformat av United Nations (UN, u.å.). Därefter sorteras företag som inte ingår där bort (ibid). Då investerares intresse ligger i ekonomisk avkastning så blir hållbarhet viktigt i avseendet att det blir en riskminskning. Riskminskning i form av att produkter ej går sönder lika lätt, har lägre driftskostnader samt inte behöver ställa om till mer hållbart när det införs nya lagkrav.

4.4 K2A:s hållbarhetsredovisning

För K2A är hållbarhetsredovisningen en väsentlig del utav företaget. I intervjun med Antin förklaras hur hållbarhet är en affärskritisk del för bolaget (pers. med., K. Antin). Därför jobbar K2A med att genomsyra hållbarhet och värdeskapande i hela värdekedjan och att redovisa detta ut till allmänheten. K2As hållbarhetsredovisning baseras på väsentlighetsanalys vilket inkluderar bolagets viktigaste intressenter,

FN:s globala mål för en hållbar utveckling, Parisavtalets utsläppsmål, analyser av klimatrelaterade risker och möjligheter samt de planetära gränserna (K2A, 2022).

K2A har ett mål om att bli helt klimatpositiva år 2027 (K2A, 2022). Att bli klimatpositiv innebär att företaget binder mer koldioxid än vad de släpper ut (Zeromission. u.å). Det gör bolaget till det första fastighetsbolaget i Sverige med ett sådant offensivt klimatmål (Knaust, Fastighetstidningen, 2021). Anledningen till varför bolaget kan sätta ett sådant offensivt mål jämfört med andra bolag i branschen är att de redan från början satsat på hållbarhetsarbete, vilket innebär att företaget inte behöver ställa om helt utan endast finslipa på processerna (ibid). K2A bygger bostäder i närproducerat trä, vilket är klimateffektivt då trä lagrar koldioxid, till skillnad från andra byggmaterial. Kombinationen av att bygga i trä och att ha en effektiv industrialiserad produktionsprocess anser K2A är deras största bidrag till att kunna arbeta hållbart (K2A, 2022). Deras nyproduktion är antingen svanencertifierad eller har någon annan motsvarande certifiering som ställer krav på hållbar boendemiljö, produktion, val av material, energianvändning samt byggnadens miljöpåverkan utifrån ett livscykelperspektiv (ibid). Denna satsning har även resulterat i att K2A som första bolag i världen år 2020 lanserat ett ramverk för gröna aktier, med rådgivning av Swedbank och CICERO (Swedbank, u.å).

4.4.1 Utmaningar kring hållbarhetsredovisning

De största utmaningarna när det kommer till hållbarhetsarbete inom hela bygg och fastighetsbranschen är enligt Antin bland annat korruption (pers. med., K. Antin). Detta då byggbranschen generellt har ett högt korruptionsindex (K2A, 2022). Vidare förklarar Antin att för att hantera detta problem är det viktigt att följa upp leverantörerna och skapa ett system som säkerställer att underleverantörer uppfyller kraven kring antikorruption. Jobbet med att göra uppföljningar kring leverantörskedjan berättar Antin vidare är en stor utmaning för K2A när det kommer till hållbarhetsarbetet, men också för hela bygg och fastighetsbranschen. Detta då det finns många leverantörer i byggbranschen som i sin tur har underleverantörer, som i sin tur kan ha underleverantörer. Desto fler underleverantörer som finns desto svårare är det att följa upp att de förhåller sig till företagets krav kring social hållbarhet som exempelvis goda arbetsvillkor, korruption men även kring miljömålen.

K2A redovisar sina klimatutsläpp enligt GHG protokollets kriterier, vilket är scope 1,2 och 3. Där 96 % av K2As utsläpp kommer från Scope 3, vilket är indirekta utsläpp i K2As värdekedja och är exempelvis utsläpp från leverantörer och kunder samt inköpta varor och tjänster (K2A, 2022). Att se till att leverantörer håller sig till samma mål är en utmaning enligt Antin där det behövs mer strukturerat arbete

med revisioner och uppföljning, för att få hela värdekedjan att jobba med hållbar utveckling (pers. med., K. Antin).

En annan utmaning som K2A haft genom sitt hållbarhetsarbete är att det kan innebära kompromisser med vissa intressenter så som bilföretag. Antin berättar i intervjun att när K2A hade som vision att starta en elbilspool så kontaktades M Volvo Mobility Car om de kunde samarbeta med K2A, men fick svar att elbilar inte var möjligt men att de istället kunde bidra med dieslbilar. Men för att erhålla legitimitet hos andra intressenter såsom kunder så ansåg K2A att det inte ansågs lämpligt att göra en kompromiss som strider mot hur K2A värderar hållbarhetsutmaningar. Problemet löste sig genom att K2A fick kontakt med en grupp KTH- studenter som bedrev ett startup-bolag, som hade den mjukvara K2A eftersökte för att kunna starta elbilspoolen.

4.5 K2A:s legitimitet

Enligt Antin (pers. med., K. Antin) så bidrar företagets hållbarhetsarbete mycket till dess legitimitet och anser idag att företaget har en hög legitimitet. Antin anser detta då företaget varit tidiga med nya koncept, som exempelvis att bygga i trä och har svanenmärkta byggnader, vilket på så sätt skapar legitimitet genom tredje part. Även lanseringen av ramverket för gröna aktier bidrar till legitimiteten (ibid). Genom detta så har K2A hamnat på "radarn" hos många intressenter som enligt Antin beror till stor del på den höga hållbarhetsprofilen som företaget har (pers. med., K. Antin). Genom att visa hur företagets hållbarhetsarbete och lönsamhet går hand i hand i hållbarhetsredovisningen så lockar detta många intressenter som investerare där ekonomisk lönsamhet är viktigt (ibid).

Däremot var inställningen till företagets hållbarhetsarbete inte lika övertygande när K2A startades 2013. Antin förklarar att när företaget var nystartat och bolagets VD Johan Knaust pratade med investerare och andra personer i branschen så möttes affärsidén om att bygga i trä med skepsis och fick ofta frågan "*Varför ska ni bygga i trä? Ska ni inte bygga riktiga hus?*" som syftade på att bygga i betong vilket är ett av de vanligaste byggmaterialen som används idag (RISE, u.å). K2A köpte även i ett tidigt stadiet en egen träfabrik, vilket branschkollegor och investerare var tveksamma till om det var en bra investering (pers. med., K. Antin). Nu däremot börjar allt fler fastighetsbolag bygga i trä, en effekt av att många kommuner har en träbyggnadsstrategi som kan vara avgörande om ett företag får bygga på en specifik plats eller inte (Regeringskansliet, 2018). Det har skapat ett högt tryck på trähusbyggande, som till följd skapat tryck på leveranserna av trämaterial. Genom den tidiga investeringen i en träfabrik så behöver inte K2A vara oroliga för

leverantörsförseningar, vilket skapar förtroende för intressenter som kommuner till exempelvis, då företaget kan leverera enligt utsatt tid (pers. med., K. Antin).

Vidare förklarar Antin att en anledning till att företaget möttes med viss tvekan i början kan bero på att hållbarhet inte var lika väsentligt för intressenter när företaget startades 2013. Nu är hållbarhet en hygienfaktor och något som förväntas av företagen att redovisa. Genom att K2A var tidiga med att arbeta med detta så ligger de i framkant med hållbarhetsarbetet. Vilket ger en större trovärdighet då Antin upplever att investerare frågar mer om hållbarhet och jämför bolags hållbarhetsarbete mer än vad de gjorde för några år sedan. En viktig del i att erhålla legitimitet anser Antin är att våga utmana tankar och idéer för att bidra till en utveckling och försöka se framåt hela tiden (pers. med., K. Antin).

5. Analys & diskussion

I följande avsnitt diskuteras empiriavsnittet tillsammans med studiens teorier. Detta för att uppfylla studiens syfte att undersöka relationen mellan hållbarhetsarbete och legitimitet genom en fallstudie. Studiens forskningsfrågor besvaras i en avslutande diskussion.

5.1 K2A:s intressenter

Om de olika intressenternas mål och krav motsätter sig varandra kan det bli svårt att tillgodose alla intressenters behov, vilket kan försvåra hållbarhetsarbetet. Intressentteorin har därmed använts för att definiera och förstå företagets intressenter. Teorin underlättar förståelsen av hur olika intressenter påverkar företag (Freeman, 1984). Intressenterna kan sedan delas in i tre olika grupper, utifrån vilka attribut de besitter (Mitchell et al, 1997). Attributen är makt, legitimitet och angelägenhet, vilka intressenter kan delas in inom för att skapa ytterligare förståelse för hur intressenterna påverkar företaget. Desto fler attribut en intressent besitter, desto viktigare anses den vara.

K2A:s intressenter är anställda, kunder, investerare, leverantörer och kommuner. Dessa kan klassificeras in i grupper utifrån vilka attribut de besitter.

Tabell 3. Översikt - Intressenter och dess attribut

Intressent	Attribut
Anställda	Makt & legitimitet
Kunder	Legitimitet & angelägenhet
Investerare	Makt, legitimitet & angelägenhet
Leverantörer	Makt, legitimitet & angelägenhet
Kommuner	Makt, legitimitet & angelägenhet

Anställda på K2A innehar attributen makt och legitimitet. Makt med anledning av den makt de sitter på när de arbetar då de har makten att ta beslut för vilken riktning bolaget ska ta. Men även legitimitetsattributet uppnås av de anställda, eftersom det

är de anställda som gör att K2A upplevs legitima genom de handlingar de genomför och de beslut dem tar. Därmed inkluderas de anställda som legitima när de lyckas få företaget att upplevas legitimt. Intressentgruppen anställda besitter däremot inte attributet angelägenhet, då de inte har ärenden av brådskande karaktär eller berör känslighet över tid. Det beror i viss mån på att det är andras tidsplaner, exempelvis kommunens, som de anställda på K2A efterföljer.

Intressentgruppen kunder syftar här till de kunder som hyr de bostäder som K2A förvaltar. Dessa besitter attributet legitimitet, då dem innehar ett förtroende och ett socialt accepterat beteende som gör att de upplevs legitima nog att få hyra en bostad. Även attributet angelägenhet uppnås då kunder kan ha ärenden av brådskande karaktär avseende hyresbostaden. Det kan vara vid problem med rör eller annat tillhörande bostaden som kunden har ärenden av brådskande karaktär. Makt uppnås dock inte, då kunder inte besitter den makten gentemot K2A. Exempelvis så är det företaget som sitter på makten vid bestämmande av inflyttningsdatum, även om kunderna kan ha önskemål.

Investerare besitter samtliga tre attribut, makt, legitimitet och angelägenhet. Makt för att de kan kravställa K2A för att de ska genomföra sin investering. Om något inte är tillräckligt hållbart så kan dem sätta krav att om detta ändras så genomförs investeringen, vilket kan få K2A att genomföra förändringar för att göra investerarna nöjda. Legitimitet för att endast investerare som av företaget upplevs legitima tillåts investera i företaget. Det gör att samtliga investerare i K2A innehar ett förtroende från omgivningen. Angelägenhet då investerare kan ha åsikter och ärenden av brådskande karaktär som de ber företaget följa.

Leverantörer innehar även dem samtliga tre attribut. Makt då dem trots motstånd kan få sin vilja igenom. Detta då K2A är beroende av sina leverantörer för att i sin tur lyckas leverera till sina kunder. Utan sina leverantörer skulle inte företaget kunna bygga sina bostäder och då faller deras affärsmodell. Legitimitet uppnås genom att K2A har krav på leverantörerna de arbetar med och vill ha kontroll på sin leverantörskedja. Därmed krävs det att leverantörerna innehar ett förtroende och ett accepterat beteende för att få samarbeta med företaget. Angelägenhet uppnås även det genom att leverantörerna kan ha ärenden som berör känslighet av tid, vilket bland annat kan röra sig om betalningstider för leveranser.

Kommuner besitter både makt, legitimitet och angelägenhet. Intressentgruppen kan ses på flera sätt, dels som en kravställare avseende mark och område där K2A bygger. Men också som kund när K2A blivit anlitate av kommuner för att vara med från start i planeringen av nya områden, för att sedan bygga området. Därmed besitter kommunen makt genom att de kan få sin vilja igenom trots motstånd, då det är kommunen som bestämmer kring exempelvis bygglov. Även attributen

legitimitet och angelägenhet uppnås, då kommunen dels innehar ett förtroende från sin omgivning men också då de kan kravställa aktiviteter där tidsaspekten kan vara av brådskande karaktär.

Utifrån ovan beskrivet kring vilka attribut de olika intressenterna besitter, så går det enligt Mitchells modell (1997, s. 874) att utläsa vilka intressenter som K2A bör vara med angelägna att ta hänsyn till. Därmed kan det genom denna modell utläsas att de viktigaste intressenterna som K2A bör prioritera är investerare, leverantörer och kommuner, följt av kunder och sedan anställda. Enligt Deegan (2002) blir det därmed av störst vikt att K2A:s värderingar går ihop med de viktigaste intressenterna, även om det är viktigt att värderingarna överensstämmer mellan samtliga intressenter.

Enligt Karina Antin väljer både anställda, kunder, investerare, leverantörer och kommuner att jobba tillsammans med K2A med anledning av deras hållbarhetsfokus. Det visar på att K2A och dess intressenter har samma värderingar och fokus. För K2A:s jobb enligt EU-taxonomin, bygga endast i trä samt vara klimatpositiva till år 2027 visar tydligt på deras hållbarhetsarbete, vilket gör att investerare och andra intressenter med samma fokus kan bli intresserade av företaget. Viktigt att notera är att dessa antaganden baseras på en datakälla, Karina Antin som jobbar som hållbarhetschef för K2A. Detta innebär att utifrån K2A och Antins perspektiv så har företaget samma värderingar och fokus som deras intressenter. Men det innebär en begränsning att intressenternas perspektiv utlämnas.

Deegan & Unerman (2011) beskriver att legitimitet uppnås om de förväntningar som finns på företaget uppnås. Förväntningarna från företagets intressenter är i det här fallet dess hållbarhetsfokus i och med att de valt att samarbeta med K2A av den anledningen enligt Antin.

5.2 Analys om hur K2A erhåller legitimitet hos sina intressenter

Legitimitetsteorin har underlättat forskningsarbetet genom att bidra med olika syn på hur företag kan erhålla legitimitet. Aldrich (1999) förklarade svårigheterna för nya företag att skapa legitimitet för sin verksamhet på en redan etablerad marknad. För att erhålla legitimitet så beskrivs olika strategier för tillvägagångssätt, bland annat socio-politisk legitimitet som innebär att företagets värderingar och normer stämmer överens med de som finns i samhället. Denna typ av legitimitet går att koppla till K2As legitimitet idag. Idag är det en norm i samhället att arbeta med

hållbarhet, något som bland annat grundar sig i FN:s globala mål i Agenda 30 samt Sveriges nettonollutsläpp mål 2045 (Naturvårdsverket, u.å.) Mer specifikt för bygg och fastighetsbranschen så har införandet av lagen om klimatdeklaration och EU-taxonomin påverkat. Genom att K2A var tidiga med att arbeta med hållbarhet så ligger de långt framme i hållbarhetsarbetet, vilket bidrar till en hög socio-politiska legitimitet idag. Detta bekräftas även i intervjun som förklarar att företagets intressenter värderar hållbarhetsarbetet högt (pers. med., K. Antin). Vidare berättar Antin i intervjun att när företaget var nystartat så fanns det viss tvekan kring företagets idéer och visioner (pers. med., K. Antin), vilket visar på att värderingar och normer i samhället har förändrats. Även Suchman (1995) förklarar olika sätt att erhålla legitimitet bland annat moralisk legitimitet, vilket precis som socio-politisk legitimitet grundar sig i normer och värderingar i samhället. För att uppnå hög socio-politisk eller moralisk legitimitet är det viktigt att normer och värderingar som finns i samhället genomsyrar hela företaget.

Aldrich (1999) beskriver även spridning av kunskap om företaget som ett tillvägagångssätt för att erhålla legitimitet, detta kan göras genom att samarbeta med legitimerade organisationer, något som K2A har gjort genom att bland annat samarbeta med CICERO och Swedbank för att ta fram världens första gröna aktie (Swedbank, u.å), samt samarbeta med fastighetsägarna angående att tydliggöra EU-taxonomin för fastighetsbranschen (K2A, 2022). Landström & Löwegren (2009) beskriver att det är svårt för innovativa företag att uppfattas som trovärdiga och legitima jämfört med redan etablerade företag och organisationer. Genom att samarbeta med andra legitima organisationer så kan detta styrka trovärdigheten för det innovativa företaget.

Ett sätt för unga innovativa företag att belysa sin innovation och de hållbarhetsarbete de genomför är att redovisa detta i sin hållbarhetsredovisning. Norman & Macdonald (2004) beskriver i triple bottom line, vikten av att lämna ut information för att genom det uppnå transparens. I sin hållbarhetsredovisning beskriver K2A dels det miljömässiga arbete de genomför. Men redovisar också sociala aspekter och risker inom området, bland annat korruptionsrisker som de är transparenta med att det är en existerande risk inom bygg- och fastighetsbranschen. Detta är något som Karina Antin senare styrker under intervjun med henne när hon beskriver att det är en av K2A:s största utmaningar.

K2A möttes vid nystarten 2013 av tveksamhet bland intressenter kring företagets hållbarhetsprofil, bland annat varför de skulle bygga i trä istället för betong. Vilket bekräftar Landström & Löwegrens (2009) teori om svårigheterna för innovativa företag att anses trovärdiga. Senare år så har allt mer reglering skett kring att företag måste arbeta mer hållbart, vilket har resulterat till att allt fler företag satsar på hållbarhetsredovisningen. Dessa regleringar har även bidragit med att intressenter

som investerare, leverantörer och kommuner värderar företags hållbarhetsredovisning högt, vilket gör att ett bra hållbarhetsarbete bidrar till en högre legitimitet. En viss fundering går till hur företaget hade upplevt sin legitimitet om hållbar utveckling inte var lika viktigt i samhället som det är idag. Samt om de inte funnits samma lagar och regleringar kring att arbeta mer hållbart. Intressenter hade troligtvis inte värderat hållbarhetsredovisningen lika högt.

Hållbarhetsarbete kan även innebära att företaget behöver kompromissa mellan olika intressentrelationer, då företag som belyser sin hållbarhetsprofil också kan få högre förväntningar från intressenter att leverera inom hållbarhetsområdet. Även om flera intressenter uppskattar företagets hållbarhetsarbete, så kan de ha fokus på olika områden inom hållbarhet, vilket kan skapa motsättningar för företaget. Precis som vi beskriver i vårt empiriska problem så kan hållbarhet definieras på olika sätt av olika aktörer, vilket gör att intressenterna kan göra olika tolkningar av hållbarhetsbegreppet. I förlängningen kan det leda till att dessa intressenter uttrycker olika behov och intressen för prioriteringar inom hållbarhet.

5.3 Diskussion

Hur bidrar företagets hållbarhetsarbete till att erhålla legitimitet hos sina intressenter?

För fallstudieföretaget för denna undersökning så har hållbarhet använts som ett sätt att särskilja sig från sina konkurrenter. Det finns många stora aktörer inom bygg- och fastighetsbranschen, bland annat Peab, Skanska och NCC som funnits på marknaden i över 40 år (Fagervall & Granström, 2020). Det gör K2A till ett ungt företag inom branschen. Även om K2A ses som ett ungt företag så är de också innovativa, där de var först med att starta en egen elbilspool i Sverige (K2A, 2022). De var även först i världen att klassa sina aktier som gröna och först i Sverige med grönt företagslån (Swedbank, u.å). Företaget har således använt hållbarhet för att arbeta innovativt och särskilja sig från sina konkurrenter.

Men hur har K2As hållbarhetsarbete använts för att erhålla legitimitet från sina intressenter? Med hjälp av innovativa idéer som grundar sig i dagens hållbarhetsproblem så har detta öppnat upp för nya innovativa lösningar, som att bygga stora hus i trä vilket har resulterat i att företaget särskiljer sig från sina konkurrenter i branschen. Fallstudieföretaget har även samarbetat med andra legitima organisationer, som exempelvis med Swedbank. Detta bidrar med en högre trovärdighet och legitimitet för företaget då de länkar deras nya innovativa kunskap till den tidigare kunskapsmassan. Vilket Aldrich (1999) menar är ett

tillvägagångssätt för att erhålla legitimitet enligt det teoretiska ramverket som presenteras i studien. Företaget har även tack vare sitt hållbarhetsarbete fått fördelar från bland annat kommuner, som att bli ankarbyggare i ett grönt område i Uppsala kommun (K2A, 2022), vilket visar på ett förtroende för företagets arbete och att kommunen uppfattar företaget som legitimt.

Vilka utmaningar möter innovativa företag i sitt arbete med att erhålla legitimitet, och vad gör de för att överkomma dessa utmaningar?

Fallstudieföretaget har mött en rad utmaningar i sitt arbete med att erhålla legitimitet. Det är en utmaning att i en bransch som byggbranschen våga utmana inrutade mönster. I K2A:s fall var det att utmana det klassiska husbyggandet i betong till förmån för trähusbyggen. Det är utmanande att som ett innovativt företag se framtidens behov och försöka få andra aktörer att inse detsamma. En utmaning i förlängningen blir därför att hitta samarbetspartners med samma vision som en själv. För K2A berörde det elbilspoolen, att de inte hittade någon aktör med samma vision som dem och fick därmed vända sig till studenter på KTH för att uppfylla sin vision.

Ytterligare en utmaning som innovativt företag är att lyckas kontrollera hela leverantörskedjan med alla dess underleverantörer. I ett större företag finns det också mer resurser att lägga på att lyckas säkerställa detta, än vad det gör för ett ungt innovativt företag.

Avslutningsvis är en utmaning för innovativa företag i sitt arbete att erhålla legitimitet att lyckas möta intressenternas behov. Nu har K2A lyckats bra med sitt hållbarhetsfokus som deras intressenter också bedömer värdefullt. Men i andra affärsrelaterade frågor kan det vara en utmaning att möta intressenternas behov och därmed utmanande att erhålla legitimitet.

6. Slutsats

I följande avsnitt fastställs studiens slutsatser och förslag på vidare forskning presenteras.

6.1 Studiens slutsatser

Studiens syfte är att undersöka hur hållbarhetsarbete hos ett innovativt företag bidrar till att skapa legitimitet hos sina intressenter. För att besvara syftet och frågeställningarna har en kvalitativ undersökning gjorts av fallstudieföretaget K2A. Genom insamlad empiri från en respondent från fallstudieföretaget samt med andra dokument kopplade till K2A som exempelvis årsredovisningar har en förståelse skapats angående hur fallstudieföretaget som ett innovativt företag i branschen använt sig av hållbarhetsarbete för att erhålla legitimitet. Genom den insamlade teorin och empirin är studiens slutsatser följande.

Analysen visar att det finns en koppling mellan ett innovativt företags hållbarhetsarbete och att erhålla legitimitet. Genom att fokusera på hållbarhetsproblem har företaget skapat innovativa lösningar, vilket gör att företag som fokuserar på sitt hållbarhetsarbete särskiljer sig från andra företag inom sin bransch. Genom innovativa lösningar på problem så bidrar företaget med ny kunskap som särskiljer sig från etablerad kunskap om produkter och tjänster såsom att bygga och förvalta hus. Ett grundligt hållbarhetsarbete kan ge fördelar för att erhålla legitimitet då många intressenter värderar hållbarhet högt. Detta tyder på en moralisk legitimitet som innebär att företagets normer och värderingar stämmer överens med intressenternas. Idag är det ett stort fokus på hållbarhet i samhället, något vi kan se bland annat med nya lagar och regleringar som kopplar till hållbarhet, exempelvis lagen om klimatdeklaration, EU- taxonomin och att det nu är obligatoriskt för stora företag att hållbarhetsredovisa. Vilket går att hänvisa till det teoretiska ramverk som denna studie lyfter om socio-politisk legitimitet.

Trots att slutsatsen kring att innovativa lösningar är en bidragande faktor till legitimiteten så finns det utmaningar kring att våga utmana inrutade mönster som ett innovativt företag i en bransch. Utmaningen här är att som ungt företag i en bransch våga vara innovativ och utmana branschens normer kring utformning av

arbetet, men samtidigt erhålla legitimitet hos sina intressenter som andra etablerade företag på marknaden. För att överkomma dessa utmaningar kan det vara bra att hitta samarbetspartners och andra företag som har liknande vision som sig själv. För att kunna hjälpa varandra att bygga upp visionerna som kan bidra till innovativa lösningar och legitimitet. Det finns även utmaningar kring att tillgodose alla intressenters behov om dessa motsätter sig. För fallstudieföretaget som har en hög hållbarhetsprofil så har det lockat intressenter som värderar hållbarhetsarbete högt. Slutsatsen blir således att för att undvika problematiken kring att intressenters behov motsätter sig så kan det vara en fördel för företag att fokusera på ett specifikt område där flera olika intressenter finner ett högt värde i. Intressenternas syn på företaget är den bidragande faktorn till företagets legitimitet. Det är därför viktigt att uppfylla intressenternas krav och behov, samt i allra största grad minska risken att de motsätter sig för att uppnå så hög legitimitet som möjligt. Det bör belysas att intressenternas perspektiv ej tagits i beaktning i denna studie, utan att det är hållbarhetschefens och därmed företagets perspektiv som lyfts fram. Vi hoppas att det teoretiska ramverk och den empiri som lyfts i denna studie kan motivera innovativa företag att fokusera på hållbarhetsarbetet. Vi hoppas även att det kan vara till nytta för andra studenter att undersöka hur innovativa företag kan söka legitimitet genom sitt hållbarhetsarbete.

6.2 Förslag till fortsatt forskning

Vid fortsatt forskning inom området kan förslagsvis andra branscher än bygg- och fastighetsbranschen undersökas. Denna undersökning har utgått från hållbarhetschefens perspektiv, därmed skulle det vid fortsatt forskning vara intressant att undersöka hållbarhetsarbetets inverkan på legitimiteten i ett företag från intressenternas perspektiv.

Vidare undersöks i denna studie unga innovativa företag och deras arbete med att erhålla legitimitet. Fortsatt forskning hade kunnat undersöka arbetet och utmaningar för ett etablerat företag som redan innehar legitimitet, i den omställning som behövs göras för att minska sitt klimatavtryck.

Referenser

- Bolagsverket. (2019). *Hållbarhetsrapport*.
<https://bolagsverket.se/ff/foretagsformer/aktiebolag/arsredovisning/delar/hallbarhetsrapport-1.17962> [2022-04-06]
- Boverket (2021). *Utsläpp av växthusgaser från bygg- och fastighetssektorn*.
<https://www.boverket.se/sv/byggande/hallbart-byggande-och-forvaltning/miljoidikatorer---aktuell-status/vaxthusgaser>
- Borglund, T., De Geer, H., Frostenson, M., Grafström, M., Lerpold, L., Nordbrand, S., Sjöström, E., Sweet, S. & Windell, K. (2021). *CSR och hållbart företagande*. Stockholm. Sanoma Utbildning.
- Bryman, A. & Bell, E. (2017). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. Upplaga 3. Stockholm: Liber.
- Deegan, C. (2002). Introduction: The legitimizing effect of social and environmental disclosures – a theoretical foundation. *Accounting, auditing, & accountability*, 15 (3), 282–311.
<https://doi.org/10.1108/09513570210435852>
- Del-Castillo-Feito, C., Blanco-Gonzalez, A., Díez-Martín, M. (2021). The effect of implementing environmental policies and employees environmental training in multinational companies legitimacy level in emerging countries. *Journal of Cleaner Production*, Vol 312.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.127817>
- Fagervall, Å. & Granström, R. (2020). *Går det att jämföra hållbarhetsredovisningar?*
<https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1436105/FULLTEXT01.pdf>
- Falk, R.H. (2009). Wood as a sustainable building material. *Forest Products Journal*. Vol.59, no.9: p. 6-12.
https://www.fpl.fs.fed.us/documnts/pdf2009/fpl_2009_falk001.pdf [2022-04-13]

- Fastighetstidningen, (2021) *K2A ska bli klimatpositivt 2027*
<https://fastighetstidningen.se/k2a-ska-bli-klimatpositivt-2027/>
- Forssbäck, Jens och Lars Oxelheim (2014). "The Multi-Faceted Concept of Transparency". IFN Working Paper nr 1013. Stockholm: Institutet för Näringslivsforskning.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A Stakeholder Approach*. Massachusetts: Pitman.
- Frostenson, M., & Helin, S. (2018). *Hållbarhetsredovisning; Grunder, praktik och funktion*, upplaga 3. Liber: Stockholm
- K2A. (u.å). *Affärsidé*. <https://k2a.se/om-k2a/affarside/> [2022-04-13]
- K2A. (2022). *Årsredovisning 2021*.
<https://investerare.k2a.se/sites/default/files/pr/202203290903-1.pdf> [2022-05-03]
- Landström, H. & Löwegren, M. (2009). *Entreprenörskap och företagsetablering : från idé till verklighet*. 1. uppl. Lund: Studentlitteratur.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. (1985). *Naturalistic Inquiry*. Beverly Hills, Kalifornien, USA.
- Mitchell, R., Agle, B., & Wood, D. (1997). Toward a Theory of Stakeholder Identification and Saliency: Defining the Principle of Who and What Really Counts, *The Academy of Management Review*. 22(4), p. 853-886.
- Naturvårdsverket (u.å). *Klimatet och bygg-och fastighetssektorn*.
<https://www.naturvardsverket.se/amnesomraden/klimatomstallningen/omraden/klimatet-och-bygg--och-fastighetssektorn/> [2022-04-12]
- Nordstrand, U. (2008). *Byggprocessen*. Stockholm: Liber
- Norman, W. & MacDonald, C. (2004). Getting to the Bottom of "Triple Bottom Line." *Business ethics quarterly*, 14 (2), 243–262.
<https://doi.org/10.5840/beq200414211>
- Regeringskansliet (2018) *Inriktning för träbyggande*.
https://www.regeringen.se/49ee7f/contentassets/37f07802672c45078a20d3a375e82c25/20180626_inriktning-for-trabyggande.pdf [2022-05-04]

- Regeringskansliet (u.å). *En taxonomi för hållbara investeringar*.
<https://www.regeringen.se/regeringens-politik/en-taxonomi-for-hallbara-investeringar/> [2022-05-05]
- RISE (u.å). *Minskad miljöpåverkan från cement och betong*
<https://www.ri.se/sv/vad-vi-gor/amnesomraden/cement-och-betong> [2022-05-04]
- SFS: (2021:787) *om klimatdeklaration för byggnader*. Stockholm.
Finansdepartementet.
- Suchman, M.C. (1995). Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. *The Academy of Management review*, 20 (3), 571–.
<https://doi.org/10.2307/258788>
- Sveriges miljömål. (2022). *Utsläpp av växthusgaser till år 2045*.
<https://www.sverigesmiljomal.se/etappmalen/utslapp-av-vaxthusgaser-till-ar-2045/> [2022-04-20]
- Swedbank (u.å). *K2A- först i världen med gröna aktier*.
<https://www.swedbank.se/privat/en-battre-framtid/foretagande/k2a---forst-i-varlden-med-grona-aktier.html> [2022-05-05]
- Tilling M.V (2004) Some thoughts on legitimacy theory in social and environmental accounting, *Social and Environmental Accountability Journal*, 24:2, 3-7, DOI: 10.1080/0969160X.2004.9651716
- UNECE/FAO. (2014). *Forest products: Annual market review 2013–2014*. Report, United Nations Economic Commission for Europe, and Food and Agriculture Organization of the United Nations.
- United Nations. (2016). *Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future*. <http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf> [2022-04-12]
- United Nations. (u.å.) *Our Mission*. <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission> [2022-05-10]

Muntliga källor

- Intervju, Karina Antin, Hållbarhetschef, K2A [2022-04-20]

Tack

Vi vill tacka alla som har gjort det möjligt för oss att skriva denna uppsats. Stort tack till vår respondent Karina Antin på K2A som medverkat på intervju. Tack till klasskamrater och vänner som har funnits där för att bolla idéer och tankar under studiens gång. Tack till våra opponenter som kommit med värdefulla förbättringsförslag och synpunkter för uppsatsen.

Slutligen vill vi rikta ett stort tack till vår handledare Per-Anders Langendahl för all hjälp och vägledning under arbetets gång.

Bilaga 1

Intervjufrågor Karina Antin 2022-04-20

1. Vad innebär din roll som hållbarhetschef på K2A?
2. Hur länge har du arbetat hos K2A?
3. Vad innebär hållbarhet för er?
4. Vilka skulle du säga är era intressenter? Är vissa viktigare än andra?
5. K2A profilerar sig som det gröna fastighetsbolaget, vad innebär det?
6. Vilka utmaningar står ni inför på företaget, som är hållbarhetsrelaterade?
7. Vad driver er att ha det hållbarhetsfokus som ni har?
8. Hur upplever du att era intressenter värderar ert hållbarhetsarbete?
9. Tror du att ert hållbarhetsarbete bidrar till att ni erhåller en högre grad av legitimitet? I så fall, hur?
10. Ni är ett relativt nystartat företag. Har ni stött på utmaningar kring att erhålla legitimitet från era kunder? I så fall, inom vad? Och hur har ni gjort för att möta den utmaningen?
11. Vilka utmaningar tror du att fastighetsbranschen står inför framöver avseende att erhålla legitimitet från kunder?

Publicering och arkivering

Godkända självständiga arbeten (examensarbeten) vid SLU publiceras elektroniskt. Som student äger du upphovsrätten till ditt arbete och behöver godkänna publiceringen. Om du kryssar i **JA**, så kommer fulltexten (pdf-filen) och metadata bli synliga och sökbara på internet. Om du kryssar i **NEJ**, kommer endast metadata och sammanfattning bli synliga och sökbara. Även om du inte publicerar fulltexten kommer den arkiveras digitalt. Om fler än en person har skrivit arbetet gäller krysset för samtliga författare. Läs om SLU:s publiceringsavtal här:

- <https://www.slu.se/site/bibliotek/publicera-och-analysera/registrera-och-publicera/avtal-for-publicering/>.

JA, jag/vi ger härmed min/vår tillåtelse till att föreliggande arbete publiceras enligt SLU:s avtal om överlåtelse av rätt att publicera verk.

NEJ, jag/vi ger inte min/vår tillåtelse att publicera fulltexten av föreliggande arbete. Arbetet laddas dock upp för arkivering och metadata och sammanfattning blir synliga och sökbara.