



Aktivt ansvarstagande genom hållbara investeringar

En fallstudie om Storebrand

Thula Clinton Svensson & Abir Khan

Examensarbete/Självständigt arbete • 15 hp

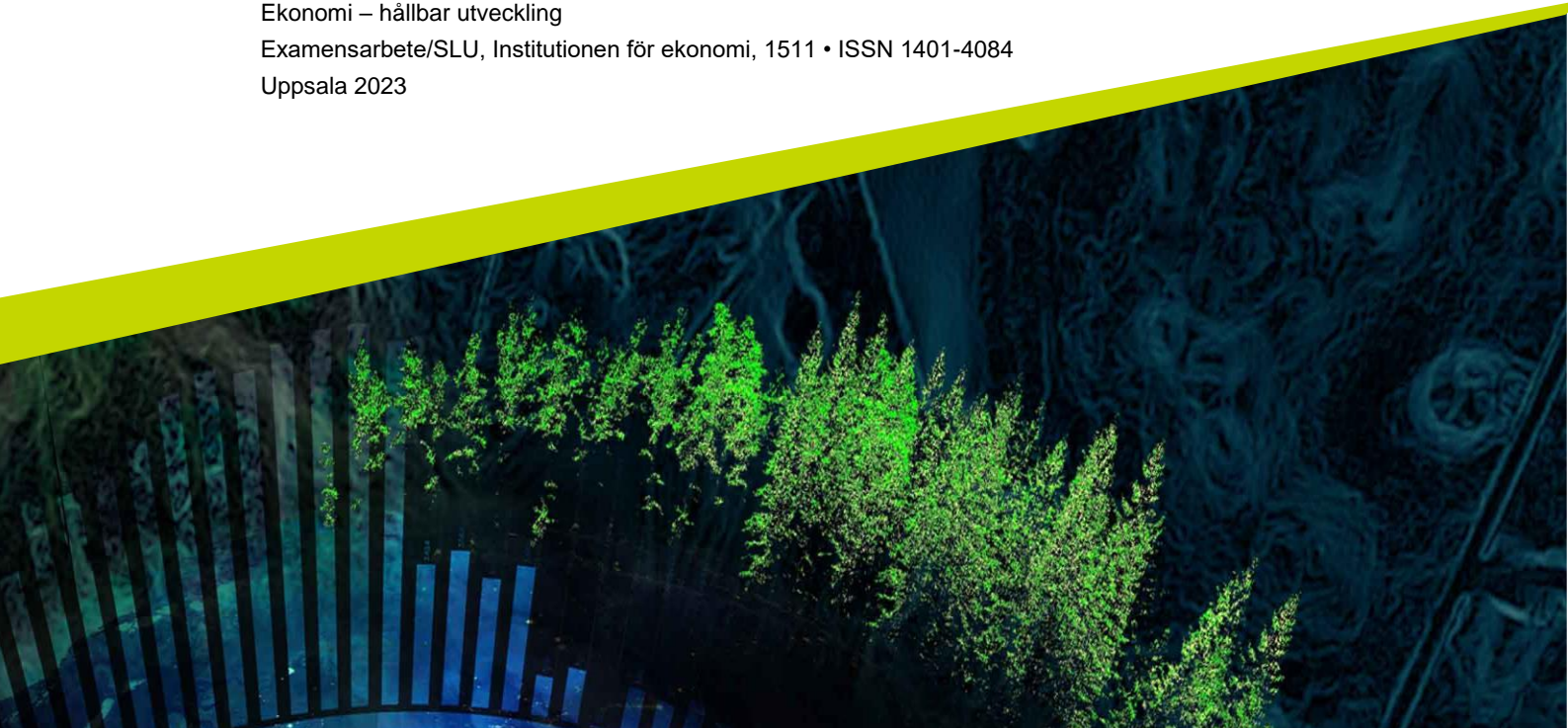
Sveriges lantbruksuniversitet, SLU

Fakulteten för naturresurser och jordbruksvetenskap/Institutionen för ekonomi

Ekonomi – hållbar utveckling

Examensarbete/SLU, Institutionen för ekonomi, 1511 • ISSN 1401-4084

Uppsala 2023



Aktivt ansvarstagande genom hållbara investeringar. En fallstudie om Storebrand

Thula Clinton Svensson & Abir Khan

Handledare: Hanna Astner, 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: 2023

Upphovsrätt: Alla bilder används med upphovspersonens tillstånd.

Serietitel: Examensarbete/SLU, Institutionen för ekonomi

Delnummer i serien: 1511

ISSN: 1401-4084

Nyckelord: Hållbara investeringar, Investor Impact, struktureringsteori, drivkrafter, investerare

Sveriges lantbruksuniversitet

Fakulteten för naturresurser och jordbruksvetenskap

Institutionen för ekonomi

Sammanfattning

Det senaste decenniet har hållbara investeringar vuxit fram som ett sätt för investerare att arbeta med hållbarhet. Det finns ett stort behov av att finansmarknaden inte enbart bidrar till att främja hållbar utveckling utan aktivt arbetar för att säkerställa en hållbar framtid. Investor impact är ett sätt för investerare att uppnå verklig förändring genom att influera de företag som de investerar i. Investor Impact som begrepp är relativt nytt även om de mekanismer den omfattar till synes inte är det.

Denna uppsats syftar till att förstå hur företag inom finansbranschen, med särskilt fokus på investerare, kan ta ett aktivt ansvar och påverka för en hållbar utveckling. Storebrand är en finansmarknadsaktör som har arbetat med aktivt ansvarstagande och påverkan genom deras investeringar i över 30 år. Genom en fallstudie på Storebrand undersöker studien vad som driver och/eller försvårar ett aktivt hållbarhetsarbete samt hur ett aktivt påverkansarbete kan bidra till hållbar utveckling.

Empiriinsamlingen grundar sig huvudsakligen på semistrukturerade intervjuer med fyra personer ansvariga för olika områden, inom Storebrand koncernen. Ytterligare empiri har insamlats från Storebrands hemsidor och publicerade material.

Studiens resultat tyder på att den dominerande drivkraften bakom Storebrands aktiva hållbarhetsarbete är miljömässigt engagemang. Motiv för konkurrenskraft och legitimitet påvisas i mindre grad. Studien påvisar hur Storebrand utvecklat en strategi som syftar till att integrera hållbarhetsrelaterade faktorer i sina investeringar samt hur de utövar aktivt ansvar och påverkansarbete genom deras investeringar.

Uppsatsen bidrar till djupare förståelse för hur investerare kan utöva sin influens för att bedriva ett aktivt och ansvarsfullt hållbarhetsarbete. Detta genom att studera Storebrand ger detta arbete en inblick i hur ett företag aktivt kan arbeta med hållbarhet och påverka företag genom sina investeringar för att främja hållbar utveckling.

Nyckelord: Hållbara investeringar, Investor Impact, struktureringssteori, drivkrafter, investerare

Abstract

Over the past decade, sustainable investments have emerged as a means for investors to engage with sustainability. It is of the utmost importance that the financial market not only contributes to sustainable development but actively work towards ensuring a sustainable future. One way for investors to effect real change is through Investor Impact, by which investors influence the companies they invest in. While the concept of Investor Impact is relatively new, the mechanisms it encompasses appear to be well-established.

This paper aims to understand how companies in the financial industry, specifically investors, can take active responsibility and influence sustainable development. Storebrand, a financial market player, has been engaged in active responsibility and impact through its investments for over 30 years. By conducting a case study on Storebrand, this research investigates the driving forces and barriers behind active sustainability efforts, as well as how active impact initiatives can contribute to sustainable development.

The empirical data collection for this study primarily relies on semi-structured interviews with four individuals responsible for various departments within Storebrand. Additional data has also been gathered from Storebrand's websites and published materials.

The findings of this study suggest that the prevailing driving force behind Storebrand's active sustainability efforts is environmental engagement. Motives related to competitiveness and legitimacy are demonstrated to a lesser extent. The study shows how Storebrand has developed a strategy that aims to integrate sustainability-related factors into its investments, highlighting how they exercise active responsibility and impact through their investments.

This paper contributes to a deeper understanding of how investors can exert their influence to engage in active and responsible sustainability efforts. By studying Storebrand as a case study, this research provides insights into how a company can actively work with sustainability and influence other companies through its investments, thereby promoting sustainable development.

Tabellförteckning	7
Förkortningar	8
1. Introduktion	9
1.1 <i>Bakgrund</i>	9
1.2 <i>Problemformulering</i>	11
1.2.1 <i>Empiriskt problem</i>	11
1.2.2 <i>Teoretiskt problem</i>	12
1.3 <i>Syfte och frågeställning</i>	13
1.4 <i>Avgränsningar</i>	13
1.5 <i>Uppsatsens struktur</i>	14
2. Teori	15
2.1 <i>Investor Impact</i>	15
2.2 <i>Drivkrafter</i>	17
2.3 <i>Struktureringsteori</i>	20
2.4 <i>Teoretisk syntes</i>	21
3. Metod.....	22
3.1 <i>Forskningsmetod</i>	22
3.2 <i>Litteraturgenomgång</i>	23
3.3 <i>Fallstudie</i>	23
3.4 <i>Urval</i>	24
3.4.1 <i>Val av företag</i>	24
3.4.3 <i>Val av deltagare</i>	24
3.5 <i>Insamling av empiriskt material</i>	25
3.6 <i>Analys av det empiriska materialet</i>	26
3.7 <i>Uppsatsens kvalitet</i>	26
3.7.2 <i>Äkthet</i>	27
4. Empiri.....	28
4.1 <i>Om Storebrand</i>	28
4.2 <i>Vilka drivkrafter ligger bakom Storebrands aktiva hållbarhetsarbete?</i>	29
4.3 <i>Vilka barriärer upplever Storebrand finns för ett aktivt hållbarhetsarbete?</i>	30
4.4 <i>Hur kan ett aktivt ställningstagande påverka omställningen mot en grön ekonomi?</i>	31
5. Analys och diskussion	33
5.1 <i>Drivkrafter i Storebrands hållbarhetsarbete</i>	33
5.2 <i>Barriärer i Storebrand hållbarhetsarbete</i>	34
5.3 <i>Hur kan ett aktivt ställningstagande bidra till omställningen mot en grön ekonomi?</i>	35
5.4 <i>Diskussion</i>	36

6. Slutsats	38
6.1 <i>Studiens slutsatser</i>	38
6.2 <i>Framtida forskning</i>	39
Referenser	40
Tack	45
Bilaga 1	46
Bilaga 2	47
Bilaga 3	48

Tabellförteckning

Tabell 1: Intervjuade respondenter**Error! Bookmark not defined.**

Förkortningar

ESG Environmental, social and governance

1. Introduktion

Denna uppsats handlar om hur finansmarknadsaktörer med särskilt fokus på investerare, kan ta ett aktivt ansvar och arbeta för att påverka i hållbarhetsfrågor. Introduktionskapitlet kommer att presentera bakgrund till ämnet samt studiens syfte och dess frågeställningar.

1.1 Bakgrund

En av vår tids största utmaningar är de klimatförändringar som vi står inför. I takt med ökade utsläpp ökar risken att vi går mot en global uppvärmning som kan leda till allvarliga konsekvenser för planeten och det liv som finns här (Regeringen, u.å.). Hållbar utveckling är ett begrepp som presenterades i Brundtlandrapporten och beskriver en utveckling som tillfredsställer dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillfredsställa sina behov. Begreppet är uppbyggt på tre olika dimensioner som omfattar social, miljömässig och ekonomisk hållbarhet (Globala målen, 2017). Hållbarhetsfrågan har till synes aldrig varit så högt upp på den globala agendan för beslutsfattare som nu (Eurosif, 2021). Det ökade hållbarhetsfokuset har genererat tvingande reglering och krav i ett försök att vända hållbarhetskrisen och den negativa trend som vi i dagsläget befinner oss i (ibid.). EU taxonomin är ett av de senaste exemplen på reglering som tillkommit som syftar till att styra investeringar mot hållbara verksamheter och projekt för att nå EU:s klimatmål (Regeringen, 2022).

Inom företagsekonomi har hållbarhet och hur företag väljer att arbeta med det, hamnat mer och mer i fokus både i Sverige och globalt. Den svenska finansmarknaden omfattar bland annat handel av olika typer av investeringar, prissättningen av dessa, riskhantering och att styra sparande till investeringar på ett effektivt sätt för privatpersoner och företag (Riksbanken, 2022). Finansmarknaden innefattar många aktörer där de största aktörerna är banker och kreditinstitut. En viktig aktör utöver dessa är de företag som placerar kapital såsom finansbolag, försäkringsbolag och pensionsbolag (Svenska Bankföreningen, 2023). I denna uppsats kommer dessa aktörer, med särskilt fokus på företagen som placerar kapital på finansmarknaden, även att benämnas investerare. Ett sätt för dessa investerare att arbeta med hållbarhet är genom hållbara investeringar (Eurosif, 2021; Sciarelli et al., 2020). Hållbara investeringar är ett samlingsnamn för flertalet arbetssätt som investerare utgår ifrån för att säkerställa att deras investeringar tar miljö- samt

samhällsansvar. (Fondbolagens förening, u.å, Eurosif, 2021, Sciarelli et al., 2020). Hållbara investeringar handlar om att utvärdera och integrera investeringarnas påverkan på ESG-faktorer där ESG står för miljö (environment), samhälle (social) och styrning (governance) (UNPRI, u.å). I denna uppsats räknas ESG-faktorer till hållbarhetsfaktorer för hållbara investeringar.

Det senaste decenniet har det utökade fokuset på hållbarhet resulterat i en förväntan hos allmänheten på att investerare ska vara del av lösningen för hållbarhetsproblematiken (Eurosif, 2021). Finansbranschen spelar en avgörande roll i omställningen till hållbar utveckling. Detta då den har en nyckelroll i samhällsekonomin, särskilt när det kommer till deras riskhantering och finansiering av investeringar i den reala ekonomin, det vill säga det ekonomiska kretslopp som omfattar varor, tjänster och produktionsfaktorer (Finansinspektionen, 2016). För hållbar utveckling är detta grundläggande när det gäller hantering av hållbarhetsrisker och investeringsbehov kopplat till omställningen till en hållbar utveckling (ibid). En väl fungerande finansmarknad som tar ett aktivt hållbarhetsansvar kan fungera som en katalysator för den hållbara utvecklingen genom att företagets möjlighet att anskaffa kapital försvåras om de har en negativ påverkan på sociala- och miljömässiga faktorer (Finansinspektionen, 2016; Eurosif, 2021). Dock domineras finansbranschen av ett fokus på att generera avkastning vilket gör att det kan vara svårt att förena hållbarhetsmotiv med finansiella motiv (Talan & Sharma, 2019; Hussein, 1999; Eurosif, 2021).

En möjlighet för investerare att bidra till förändring som främjar hållbar utveckling är att använda sitt inflytande i de företag de investerar i (Eurosif, 2021). Detta eftersom investerare har en direkt påverkan på dessa företag och därmed en indirekt påverkan på de sociala och miljömässiga faktorer som är kopplade till företagets verksamheter. Det här påverkansarbetet, som investerare utövar på företagen, kallas Investor Impact, vilket har förmåga att påverka företagets arbete med sociala och miljömässiga faktorer (Kölbel et al., 2000). Påverkansarbetet kan ske genom aktivt ägande så som att föra dialog och engagera företaget i hållbarhetsrelaterade frågor och initiativ, kapitalallokering där investeringsmöjligheten avgörs av hur väl företaget arbetar med hållbarhetskriterier eller indirekt påverkan i form av att influera uppfattningen av företagets intressenter och andra investerare (ibid.).

Storebrand är en av Nordens ledande koncerner inom sparande och försäkringslösningar (Storebrand, u.å). Koncernen förvaltar ett kapital om cirka 1000 miljarder kronor med hållbarhet som vägledande verktyg (ibid.). Det motsvarar lika mycket som att hela Sveriges befolkning, unga som gamla, investerar 100 000 kr per person (Ekonomifakta, 2020). Sedan 2007 är SPP Pension och försäkring en del av Storebrand Fonder, som är ett av Sveriges största fondbolag efter de svenska storbankerna. Hädan efter skriver vi Storebrand vilket inkluderar SPP Pension och försäkring då de ingår i Storebrandkoncernen. Hållbarhetsarbetet beskrivs, enligt Storebrand (u.å), som en fundamental och självklar del i koncernens arbete som ska genomsyra alla aktiviteter. För att säkerställa att koncernens investeringar är i linje med dess hållbarhetsarbete har ett ratingsystem utvecklats, där samtliga investeringar som görs screenas enligt uppsatta hållbarhetskriterier. Storebrands investeringsstrategi innehåller tre

metoder för screening: att välja in företag som betygsätts enligt sociala-, miljömässiga- och styrningsrelaterade frågor (ESG), välja bort företag inom skadliga industrier som bryter mot deras hållbarhetskriterier samt påverka företag genom aktivt ägande (Storebrand Fonder, 2021; Storebrand, u.å).

1.2 Problemformulering

1.2.1 Empiriskt problem

Historiskt sett har finansbranschen haft ett primärt fokus på att generera ekonomisk avkastning och hantera finansiella risker (Talan & Sharma, 2019). Företag som traditionellt har varit vinstsökande har under det senaste decenniet börjat intressera sig för den påverkan som deras verksamheter har på omvärlden (ibid.). Den klimatkris som vi står inför och de problem den resulterar i, är ett direkt resultat av mänskligt beteende och det är viktigt att miljömässigt medvetna beteenden formas som minimerar negativa miljömässiga effekter (Walczak et al., 2021).

Idén om att företag kan prestera väl genom att göra gott (på engelska: *doing well by doing good*) är något som många företag anammar genom att inkludera olika sociala och miljömässiga aspekter i deras arbete (Karnani, 2011). Det vill säga att företag, genom att vara ansvarsfulla och bidra positivt till sociala och miljömässiga aspekter, blir lönsamma (ibid.). Dock diskuteras om denna win-win situation, som ofta förklaras finnas i balansen mellan ekonomiska och hållbara intressen, faktiskt är så enkel som uttrycket antyder (Hussain, 1999, Karnani, 2011). Hussain (1999) diskuterar att ett företags ledning har en skyldighet först och främst gentemot företaget och att säkra dess överlevnad. Ståndpunkten är att hållbara och etiskt motiverade beslut som är mer kostsamma, enbart bör väljas om de förväntas generera ökad lönsamhet. Om företag vill eftersöka ett högre, etiskt syfte behöver förutsättningen vara att det levererar en bättre image som i sin tur resulterar i högre lönsamhet (ibid.).

Eurosif (2021) definierar hållbara investeringar som en långsiktig investeringsstrategi som analyserar och utvärderar potentiella investeringar utifrån företagens påverkan i sociala-, miljömässiga- och styrningsrelaterade frågor (ESG-faktorer). Syftet är att uppnå långsiktig avkastning för investeringen samtidigt som samhället gynnas genom att påverka företagens beteende till det bättre (ibid.). Det finns en ambiguitet i litteraturen när det kommer till om den moraliska hänsynen eventuellt innebär en ineffektivitet genom ökad risk eller minskad lönsamhet. Detta då vissa studier tyder på att ansvarsfulla investerare är villiga att acceptera lägre avkastning från en hållbar investering jämfört med en övrig investering som inte tar hänsyn till hållbarhetsfaktorer (Bing & Silkoset, 2017). Samtidigt visar studier att hållbara investeringar kan prestera minst lika väl och till och med bättre än övriga investeringar (ibid.).

De vanligaste strategierna för hållbara investeringar handlar i dagsläget antingen om att exkludera företag inom skadliga branscher eller inkludera företag som

presterat väl i relation till sociala, miljömässiga och styrningsrelaterade kriterier, det vill säga ESG-kriterierna. Kölbel & Heeb (2021) beskriver detta tillvägagångssätt som statistiskt då den ignorerar att påverkan i grunden handlar om en förändring, där investerare har en påverkansmöjlighet genom att accelerera eller trigga förändring. Att integrera ESG kriterier i investeringsstrategier är en av de främsta möjliggörarna för en grön ekonomi (Sciarelli et al. 2020; Eurosif, 2021). Dock är integrering av ESG kriterier inte tillräckligt för omställningen till en grön ekonomi (Eurosif, 2021). Framväxten av hållbara investeringar har inte direkt översatts till positiva miljömässiga och sociala utfall och klimathotet är överhängande (Eurosif, 2021; IPCC, 202). En förklaring till detta är att det finns en kortsiktighet på marknaden som underminerar hållbar utveckling (Waygood, 2011). Det räcker inte att enbart vara medveten om behovet av en grön ekonomi. Ansträngningarna för att lyckas behöver öka (Sciarelli et al, 2020), investerare behöver inse att de är påverkanskällor och integrera hållbarhet på ett sätt som bidrar till en hållbar utveckling (Waygood, 2011). Det är tydligt att hållbarhet och hur företag arbetar med det är avgörande samt att det finns delade uppfattningar när det gäller hur hållbarhet och lönsamhet går ihop. Mot denna bakgrund är det viktigt att belysa företag som lyckats med att förena ekonomiska intressen med hållbarhetsintressen. Storebrand är ett exempel på hur ett aktivt hållbarhetsarbete och påverkansarbete kan bedrivas och samtidigt vara lönsamt. Vilket grundar sig i en övertygelse om att hållbarhet behöver genomsyra hela verksamheten samt en tro på att företag som arbetar för att främja hållbarhet kommer vara bäst positionerade i framtiden (Storebrand, u.å). Av den anledningen kan Storebrand användas för att påvisa hur ekonomiska intressen och hållbarhetsintressen kan sammanflätas.

1.2.2 Teoretiskt problem

Forskning som gjorts inom området för hållbara investeringar betonar den ekonomiska värdeutvecklingen trots att hållbara investeringar kan bidra med andra värdeskapande aktiviteter (Talan & Sharma, 2019). Detta fokus på ekonomiskt värdeskapande som dominerat forskningen i dessa områden leder till att de sociala och miljömässiga aspekterna hamnar i skymundan (ibid). Den tonvikt som läggs på ekonomiska värden bidrar till att det ursprungliga syfte som hållbara investeringar i verkligheten är tänkt att bidra till förbises. Omställningen av ekonomin kräver en bred integration av hållbar utveckling. Denna integration behöver genomsyra rapporter, studier och forskning kring hållbara investeringsstrategier och investeringar på ett sätt som inte underminerar de sociala och miljömässiga aspekterna (Waygood, 2011). Många företag som påvisar socialt och miljömässigt ansvarstagande gör det utifrån en ståndpunkt där motiv för avkastning är första fokus och sociala och miljömässiga funktioner kommer som en åtgärd för att stärka eller skydda varumärket (Eccles & Viviers, 2011). Problematiken med att separera ekonomiskt värde från socialt och miljömässigt värde innebär att ursprungsmålet med hållbarhet urvattnas till att bli ett verktyg för att nå avkastning. För att främja hållbar utveckling behöver forskning göras som bidrar till att visa en mer holistisk syn på företagande som genererar värde för alla intressenter, inklusive vår natur (ibid.).

Vidare har utvecklingen på området hållbara investeringar och den ansvarsskyldighet som företag anses ha, genererat ett tillskott av flertalet begrepp och namn för att beskriva de investeringsstrategier som integrerar miljömässiga, sociala och styrningsrelaterade faktorer (ESG) (Talan & Sharma, 2019; Eccles & Viviers, 2011). Dock finns det begränsad litteratur kring investerarens möjlighet till påverkan genom Investor Impact, de drivkrafter som ligger bakom detta samt de barriärer som upplevs finnas för arbetet (Gigante et al. 2023). Vidare finns det även begränsad litteratur kring hur hållbara investeringar kopplas samman till investerarens påverkansarbete (Kölbel & Heeb, 2020). Genom att studera Storebrand bidrar studien till att exemplifiera hur ett aktivt hållbarhets- och påverkansarbete kan bedrivas genom Investor Impact och hållbara investeringar.

1.3 Syfte och frågeställning

Syftet med den här uppsatsen är att genom en fallstudie av Storebrand bättre förstå hur investerare kan bedriva ett aktivt och ansvarsfullt hållbarhetsarbete. Detta för att bidra till att inspirera och ge vägledning åt investerare att utveckla sitt arbete med hållbara investeringar.

Frågeställningar:

- Vilka drivkrafter ligger till grund för Storebrands aktiva hållbarhetsarbete?
- Vilka barriärer upplever Storebrand i sitt aktiva hållbarhetsarbete?
- Hur kan ett aktivt hållbarhetsarbete bland investerare bidra till en hållbar utveckling?

1.4. Avgränsningar

Den här studien syftar till att förstå olika drivkrafter och barriärer som är av vikt för ett företag, med särskilt fokus på investerare, som bedriver ett aktivt hållbarhetsarbete. Studien har avgränsats till ett företag i finansbranschen och deras verksamhet i Sverige. Storebrand har valts ut som företag för denna fallstudie då de har ett långtgående och väletablerat hållbarhetsarbete samt innehar flera prestigefyllda utmärkelser och hög ranking, i Sverige och i världen. Genom att studera Storebrand ger detta arbete en inblick i hur ett företag aktivt kan arbeta med hållbarhet och påverka företag genom sina investeringar för att främja hållbar utveckling.

1.5 Uppsatsens struktur

Uppsatsens struktur består av sex delar. Det inledande kapitlet går igenom bakgrunden till studien följt av en empirisk och teoretisk problemformulering. Vidare presenteras syftet och dess frågeställningar som studien ämnar besvara, vilket följs av studiens avgränsningar. Uppsatsens andra kapitel går igenom de teorier som används i studien och avslutas med en teoretisk syntes. Det tredje kapitlet innehåller val av metod som använts för studien. Detta följs av kapitel fyra som presenterar en sammanställning av den insamlade empirin från semistrukturerade intervjuer och publicerat material. I kapitel fem redogörs en analys och diskussion av den tidigare presenterade empirin. I uppsatsens avslutande kapitel presenteras slutsatserna och förslag för framtida forskning.

2. Teori

Detta kapitel kommer att presentera de teorier som valts ut för att besvara uppsatsens frågeställningar. Nedan följer en presentation av Investor Impact för att förstå hur investerare kan bedriva ett aktivt hållbarhetsarbete genom deras investeringar, drivkrafter för att förstå vad som driver detta arbete samt struktureringsteori för att förstå vilka barriärer och möjligheter som finns. Slutligen presenteras en syntes av valda teorier.

2.1 Investor Impact

Investor Impact definieras som den förändring som investeraraktiviteter kan uppnå i företagets påverkan (company impact). Företagets påverkan handlar om den förändring som företagsaktiviteter uppnår inom sociala och miljömässiga faktorer (Kölbel et al. 2020).

Kölbel et al. (2020) illustrerar mekaniken bakom Investor Impact och förklarar hur investerare aktivt kan påverka företagen de investerar i att bidra till hållbar utveckling. De presenterar följande tre framstående strategier för detta påverkansarbete: aktieägarengagemang (shareholder engagement), kapitalallokering och indirekt påverkan. Nedan följer en förklaring för respektive strategi.

Aktieägarengagemang

Kölbel et al. (2020) beskriver aktivt engagemang från aktieägare som ett effektivt sätt att påverka kvaliteten i företagets aktiviteter. Detta genom att fokusera på uppmaningar och förfrågningar som har god chans att genomföras och således förbättra företagets sociala och miljömässiga påverkan. Diener & Habisch (2022) föreslår aktieägarengagemang som en särskilt viktig möjlighet att påverka just i hållbarhetsfrågor, genom att utnyttja rättigheterna som fås genom ägarskap. Dessa rättigheter innebär en möjlighet för investerare att använda sin "röst" genom aktiviteter som syftar till att förändra ett företags sociala och miljömässiga påverkan. Exempel på dessa aktiviteter kan vara att företaget behöver förbättra de anställdas arbetsförhållanden eller minska sina växthusgasutsläpp. Investerare kan som aktieägare utöva detta engagemang genom aktivt deltagande under formella möten såsom bolagsstämmor och informella möten med företagets ledning, samt

genom öppen anmärkning av företagets agerande eller hot om försäljning av aktieinnehav (Kölbel et al., 2020; Diener & Habisch, 2022).

Hur lyckade aktieägarnas aktiviteter är i att påverka företag kring hållbarhet avgörs av (Kölbel et al., 2020):

- Kostnaden för den förändring som föreslagits
- Aktieägarnas möjlighet till inflytande
- Graden av erfarenhet kring ESG som företaget har

Diener & Habisch (2022) påpekar vidare att om fler aktieägare samarbetar kan deras gemensamma påverkanskraft ha stor effekt på företaget de önskar påverka. Det vill säga att investerare går ihop med andra investerare som också har en ägarandel i företaget för att deras gemensamma förfrågan ska ha större bärkraft.

Sciarelli et al. (2020) nämner att integration av ESG faktorer har flera positiva effekter på ett företags hållbarhetsarbete och kan utgöra en av de främsta möjliggörarna för hållbar utveckling. Detta då ESG-integration i strategi och på operativ nivå omfattar integration av etiska värderingar, förbättrade sociala förhållanden och ekologiskt bevarande samt bättre styrning i investeringsbeslut. Denna kombination bidrar till omställningen mot en hållbar framtid (ibid.).

Kapitalallokering

Kapitalallokering beskrivs enligt Kölbel et al. (2020) som ett sätt att påverka företagen genom placering av kapital. Huruvida en investering ska genomföras i ett företag eller inte kan avgöras genom att utvärdera och sälla igenom företagen baserat på olika kriterier. Denna sortering kallas för screening och kan delas upp i:

- *negativ screening* som innebär att man väljer bort företag som verkar inom skadliga industrier såsom tobak, alkohol och vapen
- *normbaserad screening* där företag exkluderas/väljs bort om de inte efterlever normkrav i verksamheten
- *bäst-i-klassen screening* där företag väljs in som, i relation till andra i sin bransch, har positiv påverkan sett till ESG faktorer

Målet med screening är att påverka företagen genom att inkludera eller exkludera dem som investeringsalternativ (ibid.). Chang et al. (2015) lyfter screening som ett effektivt sätt att påverka allmänhetens intresse för investering i företag där de företag som väljs in blir intressanta medans de som väljs bort blir mindre intressanta. Detta kan resultera i att företag som väljs bort på grund av att de exempelvis tillhör en skadlig bransch, kan drabbas av att priset på investeringarna påverkas negativt. Kölbel et al. (2020) lyfter att desto fler investerare som använder sig av samma metod för screening, desto svårare blir det för företag som befinner sig i exkluderade branscher att komma med som investeringsalternativ på marknaden. Om vissa investerare istället väljer att inkludera vissa företag när andra exkluderar dem blir effekten inte lika stor (ibid.). Detta påpekas även av Waygood (2011) som menar att kapitalallokering kan och borde vara den primära möjliggöraren för en hållbar utveckling men att det i dagsläget förekommer på ett sätt som inte bidrar till hållbar utveckling. Detta då många investerare drivs av möjlighet till avkastning även om företaget befinner sig i en bransch som annars exkluderas av andra investerare. Hållbar utveckling har ett definierande element

av långsiktighet som borde vara ett viktigt koncept för investerare. Detta då utveckling som fokuserar på att maximera kortsiktiga förmåner kan innebära signifikanta kostnader över tid (ibid.).

Indirekt påverkan

Indirekt påverkan är investerares möjlighet att påverka företag genom att influera företagets intressenter (Kölbel et al., 2020). Detta kan ske genom att påverka företagets kunder, medarbetare eller andra investerare som i sin tur påverkar företaget i fråga. Indirekta påverkansaktiviteter kan enligt Kölbel et al. (2020) vara att påverka intressenternas uppfattning av ett företags varumärke till det negativa eller positiva, uppmuntra företaget till förbättring genom jämförelse med andra företag eller uppmuntra andra investerare att påverka.

Enligt Diener & Habisch (2022) är aktiviteter som påverkar ett företags varumärke negativt ett effektivt sätt att påverka ett företags hållbarhetsarbete. När en investerare väljer att exkludera ett företag som investeringsalternativ eller sälja av befintliga investeringar har investeraren en direkt påverkan på företaget då det går miste om kapital. Den indirekta påverkan av detta blir att kunder och andra investerare undviker att investera i företaget. Enligt Kölbel et al. (2020) kan detta även påverka befintliga och potentiella medarbetare då de inte vill associeras med företaget. Detta kan jämföras med när investerare istället inkluderar företag som gör ett bra arbete sett till ESG-kriterier. Den indirekta påverkan av detta blir att företagets varumärke och intressenternas bild av företaget blir positivt vilket kan dra till sig andra investerare. Chang et al. (2015) lyfter att en positiv uppfattning av företaget även kan motivera medarbetare genom att de associeras med någonting bra. Kölbel et al., (2020) påpekar att investerare även kan ha indirekt påverkan på företagen genom att företagen inkluderas som investeringsalternativ och betygsätts utifrån ESG-kriterier. Ett företag som har högt betyg har positiv effekt på företaget och dess intressenter. Ett företag med lägre betyg kan uppmuntras till att prestera bättre då de betygsätts lägre än deras konkurrenter. Vidare är det viktigt att den data och information som kopplas till företagets betyg är transparent och tillförlitlig (Berthelot et al., 2012). Slutligen kan indirekt påverkan även ske genom att investerare uppmuntrar andra investerare genom att inspirera och visa hur de kan bedriva liknande påverkansarbete (Kölbel et al. 2020).

2.2 Drivkrafter

Drivkrafter är de faktorer som ger incitament för företag och påverkar dem att agera (Bansal & Roth, 2000). De drivkrafter som motiverar företag att ta ansvar och aktivt arbeta med hållbarhet identifieras enligt Bansal & Roth (2000) vara: konkurrenskraft, legitimering och miljömässigt engagemang. Dessa påverkas även av olika kontextuella förutsättningar som omfattar både externa och interna faktorer: branschsammanhållning, problemets betydelse och individuell oro (ibid.).

Företagsmässigt ansvarstagande definieras enligt Bansal och Roth (2000) som en uppsättning initiativ som riktar in sig på att begränsa företagets påverkan på den

naturliga miljön. Initiativen kan handla om förändringar i processer, produkter, policy, resursförbrukning eller implementering av miljöledningssystem. Dessa initiativ och arbetet med dem ska syfta till att minska företagets ekologiska fotavtryck. Gigante et al. (2023) illustrerar att det bakomliggande motivet som driver arbetet, påverkar utformningen, implementeringen och arbetet med hållbarhetsfrågor. För investeringar innebär detta exempelvis att investerarens bakomliggande intention påverkar hur väl investeringen bidrar till hållbar utveckling (ibid.).

Konkurrensdriven

Konkurrenskraft definieras enligt Bansal & Roth (2000) som potentialen för hållbarhetsinitiativet att förbättra långsiktig lönsamhet. Konkurrensdrivna företag drivs av en förväntan att miljömässigt ansvarstagande leder till ihållande fördelar och resulterar i förbättrad lönsamhet över tid. Engagemang i synliga hållbarhetsaktiviteter kan förbättra ett företags rykte och varumärke och leda till förbättrade konkurrensfördelar. Dessa företag påvisar ofta ett stort fokus på kostnad och prioriterar därför avkastning oberoende av vilka miljömässiga konsekvenser som kan komma av ett visst beslut. Detta påpekas även av Eccles & Viviers (2011) som lyfter att företag som drivs av lönsamhet använder hållbarhetsinitiativ som ett verktyg för att förbättra deras varumärke. Sociala och miljömässiga initiativ tas an om de resulterar i att öka företagets finansiella prestation (Bansal & Roth, 2000). Detta är ofta ett resultat av att det finns ett lågt eller obefintligt miljömässigt krav från intressenterna (ibid.).

Legitimering

Bansal & Roth (2000) beskriver att företag som drivs av legitimering har en önskan att förbättra uppfattningen av sina handlingar. Det handlar om att uppfattas som lämplig inom ramen för reglering, normer, värderingar eller övertygelser. Fokus kan därför ligga på att vara uppdaterade och på rätt sida av de normer och regleringar (compliance) som existerar i företagets omvärld. Deegan & Unerman (2011) förklarar att legitimiteten kommer av att ett företag agerar enligt de förväntningar och värderingar som samhället har. Om företaget inte lyckas uppfylla samhällets förväntningar kan företaget påverkas negativt av att uppfattningen om företaget förändras. Dessa företag motiveras därför av de intressenter som kan påverka uppfattningen och tillskrivandet av deras legitimitet.

Branco et al (2006) förklarar att företag inom specifika branscher brukar vara mer socialt synliga och mer utsatta för samhällets granskning. Detta kan leda till att de känner ett större ansvar mot samhället och kan kopplas till den miljöpåverkan som företaget har. Bansal & Roth (2000) fann att synligheten och den ökade risken för granskning leder till att företag kan påvisa en passivitet och kan leda till isomorfism där företag blir likriktade och är således inte ledande i förändringen. Walker et al. (2007) fann att statlig reglering driver företag men att enbart efterlevnad av lagkrav inte är någon garanti för förbättrad miljöprestation.

Miljömässigt engagemang

Bansal & Roth (2000) beskriver att företag som drivs av miljömässigt engagemang drivs av en genuin oro för socialt och miljömässigt välbefinnande. Jämfört med

legitimitet och konkurrenskraft så finns det en etisk aspekt vid miljömässigt ansvarstagande för företag som drivs av detta engagemang. Det kan handla om en uppfattning kring ansvarsskyldighet eller filantropiska anledningar att det är "det rätta". Företag som drivs av miljömässigt engagemang har ofta en genuin och äkta oro över hållbarhetsfrågor som reflekteras i hela organisationen. Det reflekteras även i beslutsfattande där beslut ofta sker enligt organisationens värderingar och med hänsyn till hållbarhet snarare än en beslutsregel såsom att enbart fokusera på avkastning. Miljömässigt motiverade företag efterlyser ofta den bästa vägen och väljer ofta egna och innovativa lösningar istället för likriktning och härmning. Carpenter & Gong (2016) fann att företag som har en tydlig mission med värderingar och handlingar som sker i enlighet med den, motiverar hela organisationen. Medarbetarengagemang är högre om det finns en uppfattning om att det man gör är viktigt och betydande (ibid.).

Kontextuella förutsättningar

Bansal & Roth (2000) fann att motivationerna kan vara blandade och att hänsyn måste tas till de kontextuella förutsättningarna som finns. En kontextuell dimension som identifieras är problemets betydelse och innebär till vilken grad ett specifikt ekologiskt/miljömässigt problem har betydelse för organisationen. Graden av betydelse påverkas av hur tydligt allmänheten kan koppla problemet till företaget och hur känslomässigt involverade företaget är i frågan. Denna kontextuella dimension kopplas till företag som motiveras av legitimering och/eller konkurrenskraft. Graden av sammankoppling mellan medlemmar inom en bransch kopplas till företag som motiveras av legitimering. Medlemmar inom en bransch omfattar leverantörer, reglerande organ, andra organisationer som levererar eller producerar liknande produkter och tjänster. Om branschen utsätts för granskning kan det leda till isomorfism där ingen deltagare upplever ett behov av att göra bättre ifrån sig då det kan ha negativ påverkan på branschen och andra deltagare. Ett företag som motiveras av legitimering eller miljömässigt engagemang påverkas av hur mycket företaget/organisationens medlemmar värderar hållbarhetsfrågor. Personliga värderingar hos individer kan påverka företaget genom 1) signaler från aktörer där värderingar hjälper beslutsfattare att välja ut vilka de ska fokusera på, 2) värderingar kring hållbarhet kan framkalla att vissa medlemmar driver miljömässigt ansvarstagande, 3) företaget ledning och andra medlemmar i maktposition är mottagliga för förändringar i organisationens agenda, produkter och processer om de är i linje med deras personliga värderingar. Liknande påverkan kan synas om samhällets oro är i linje med personlig oro (ibid.).

2.3 Struktureringsteori

För att förstå de barriärer som finns för att bedriva ett aktivt hållbarhetsarbete och vilka möjligheter som kan komma av att hantera dessa så vänder vi oss till struktureringsteorin. Denna teori förklarar hur aktörers handlingsförmåga begränsas och möjliggörs av de sociala system de agerar inom och hur strukturen kan utgöra barriärer eller möjligheter.

Agens definieras som handlingsförmåga, det vill säga den mänskliga förmågan att ta fria beslut och påverka sin omgivning (Koistinen & Teerikangas, 2021). Definitionen grundar sig i Giddens (1987) struktureringsteori som gör gällande att det finns ett ömsesidigt förhållande mellan sociala systemstrukturer (regler och normer för handling) och individerna som verkar inom dem, (aktörer). Sewell (1992) beskriver handlingsförmåga som ett resultat av aktörens kunskap om dessa regler och normer vilket möjliggör handling. Samtidigt produceras och reproduceras samma regler och normer genom handling. Detta innebär att aktörers handlingsförmåga möjliggörs och begränsas av de normer och regler som finns i den kontext de befinner sig i och att kunskap om strukturen möjliggör handling. Genom att ha kunskap om strukturen kan de begränsningar som kan utgöra barriärer för handling istället omvandlas till möjligheter (ibid.).

Handlingsförmågan hos aktörer kan vara både individuella och kollektiva, och aktörer kan vara både människor och företag (Giddens, 1987; Sewell, 1992). Fischer & Newig (2016) förklarar att samhället innehåller flera olika typer av aktörer med olika möjlighet till handling, information och makt. Aktörerna påverkas av de värderingar de besitter, normer, tillgång till resurser, organisationsstruktur och vilka strategier de väljer att följa. För organisationer och företag innebär detta exempelvis att geografisk placering, storlek, omsättning och kultur påverkar handlingsförmågan (Meadowcroft, 2009; Fisher & Newig, 2016). Sewell (1992) beskriver hur möjligheten att agera och förändra kräver att man besitter någon form av maktposition inom sin sociala struktur. Detta innebär dels att aktörer med kunskap om strukturen kan identifiera möjligheter och applicera denna kunskap för att agera på innovativa och kreativa sätt. Vidare innebär det även att om tillräckligt många mäktiga aktörer agerar på innovativa och kreativa sätt så kan deras handlingar påverka och förändra strukturen som gav dem möjligheten till handling från början (ibid.).

2.4 Teoretisk syntes

Kölbel et al (2020) förklarar hur investerare aktivt kan påverka företagen som de investerar i samt hur det bidrar till en hållbar utveckling genom tre olika strategier för Investor Impact. Litteraturen är relevant för att förstå hur ett aktivt och ansvarsfullt påverkansarbete kan bedrivas av investerare för att främja hållbar utveckling. Detta påverkansarbete handlar om att investerare aktivt utövar deras inflytande för att företagen ska arbeta hållbart och att deras påverkan i miljömässiga och sociala faktorer ska vara hållbar. Denna influens kan ske genom olika påverkansaktiviteter såsom röstning, dialog, placering av kapital och inflytande på företagets intressenter. Påverkansarbetet handlar om att förändra företagets agerande och driva ett förbättrat hållbarhetsarbete.

Det är även viktigt att förstå vilka drivkrafter som finns för att bedriva ett aktivt hållbarhets- och påverkansarbete. Vilka bakomliggande motiv och incitament som driver och påverkar investerares aktiva ansvarstagande i hållbarhetsfrågor då dessa påverkar utfallet (Bansal & Roth, 2000). Bansal & Roth (2000) lyfter att dessa drivkrafter kan grunda sig i konkurrenskraft där det finns möjligheter till lönsamhet och förbättrat varumärke, legitimitet där möjligheterna handlar om att tillfredsställa allmänhetens uppfattning av företaget genom efterlevandet av normer, eller miljömässigt engagemang där möjligheten att ta ansvar och bidra till hållbar utveckling finns.

Struktureringsteorin förklarar den dualitet som finns mellan sociala systemstrukturer och aktörerna som verkar inom dem och hur dessa både begränsar och möjliggör aktörers handlingsförmåga (Giddens, 1987; Koistinen & Teerikangas, 2021). Den kan användas för att belysa varför vissa aktörer besitter och utövar möjligheten att agera när det kommer till hållbara investeringar och investerares möjligheter att påverka. Möjligheter och begränsningar som kommer av strukturen kan hjälpa till att förklara varför vissa aktörer lyckas med att driva hållbar utveckling framåt bättre än andra. Den kan ge förståelse för hur makt, kunskap och resurser spelar in i möjligheten att bedriva detta arbete. Vidare kan den belysa varför vissa aktörer upplever barriärer och begränsningar i deras hållbarhetsarbete medans andra aktörer ser möjligheter att agera på kreativa och innovativa sätt.

Mot den bakgrunden kan kombinationen av Investor Impact, struktureringsteorin och drivkrafter möjliggöra en djupare förståelse för hur investerare kan bedriva aktivt påverkansarbete och främja hållbar utveckling. Vilket i sin tur kan inspirera och vägleda andra investerare till att utveckla sitt hållbarhetsarbete.

3. Metod

Detta kapitel presenterar valet av forskningsdesign och förklara de metodologiska val som har gjorts i studien. Därefter presenteras en litteraturgenomgång följt av urval, insamling av empiriskt material, analys av det empiriska materialet och slutligen diskuteras uppsatsens kvalitet genom trovärdighet och äkthet.

3.1 Forskningsmetod

Denna studie tillämpar en kvalitativ forskningsmetod med en induktiv ansats. En kvalitativ forskningsmetod syftar till att förstå och tolka fenomen i djupare detalj, snarare än att mäta och kvantifiera fenomen som vid kvantitativ forskning (Bryman & Bell 2017). Då syftet med studien är att bättre förstå fenomenet Investor Impact, d.v.s. hur investerare kan bedriva ett aktivt och ansvarsfullt hållbarhetsarbete, finner vi en kvalitativ metod lämplig. För en kvalitativ metod är en induktiv ansats lämplig, eftersom den fokuserar på att generera teorier och förståelse genom att observera och analysera specifika fall eller situationer. I vårt fall har vi studerat Storebrand för att undersöka detta.

I vår uppsats utgår vi från ett konstruktionistiskt perspektiv, vilket innebär att vi erkänner och utforskar att det finns flera subjektiva verkligheter som konstrueras genom social interaktion mellan olika aktörer (Bryman & Bell, 2017). Detta perspektiv står i kontrast till ett objektivistiskt synsätt, som istället menar att det finns en yttre, objektiv verklighet och att sociala företeelser existerar oberoende av vår kunskap om dem (ibid). Genom att anta ett konstruktionistiskt perspektiv har vi kunnat bättre förstå hur ett företag inom finansbranschen, med särskilt fokus på investerare, konstruerar och tolkar hållbarhet. Vi har undersökt hur dessa aktörer skapar mening och betydelse kring hållbarhet utifrån sina egna erfarenheter, värderingar och samspel med sin omgivning. Det konstruktionistiska perspektivet har också hjälpt oss att förstå och analysera investerares perspektiv och hur de uppfattar sitt eget och andras ansvar i relation till hållbarhetsutmaningar. Vi har kunnat se att det finns olika tolkningar och förståelse av hållbarhet inom företaget, vilket påverkar deras agerande.

Vidare så har tolkningsperspektivet använts som epistemologiskt ramverk för att erhålla förståelse för den sociala verkligheten och hur individer tolkar och uppfattar den (Bryman & Bell 2017). Tolkningsperspektivet betonar betydelsen av den sociala verkligheten för individ och hur deras handlingar påverkas av denna betydelse. Individer agerar utifrån den betydelse som deras egna handlingar och andras handlingar har. Därför är det av stor vikt att fånga den subjektiva innebörden av en social handling genom att förstå individernas perspektiv och tolkning av den (ibid).

3.2 Litteraturgenomgång

I det inledande stadiet av den här studien så har det genomförts en genomgripande litteratursökning med syfte att få en inblick och ökad förståelse för relevant forskning samt teorier inom området (Bryman & Bell, 2017). Den litteraturgenomgång som avser den här studien är en narrativ litteraturgenomgång. Syftet med en narrativ litteraturgenomgång är att berika den mänskliga diskursen genom att formulera en förståelse (ibid.). Detta kan ställas i kontrast till en systematisk litteraturgenomgång vars syfte istället är att ackumulera kunskap (ibid.). Genom att utgå från en narrativ litteraturgenomgång så hjälper det oss att vara lyhörda för det som dyker upp i empirin. Detta möjliggör användandet av olika litteratur för att tolka det som vi studerar. En del av den induktiva processen är att växla mellan empiri och teori för att bättre förstå investor impact, drivkrafter och barriärer. Detta genom att vandra mellan empiriinsamling, läsning, tolkning och reflektion för att eventuellt läsa mer och åter igen vandra mellan dessa steg, allt i en iterativ process (ibid.). Den litteratur som granskats och använts i studien avser främst vetenskapliga artiklar, webbsidor, Storebrands publicerade material samt kurslitteratur relevant till studien. Litteraturen är framtagen genom webbaserade sökmotorer som Primo, Google Scholar, Google och bibliotek. Sökorden som har använts vid litteratursökningen är följande: (*Structure-agency theory, Investor impact, Sustainable investment, Enviromental impact, Hållbara investeringar, drivkrafter*).

3.3 Fallstudie

En fallstudie är en populär och välanvänd forskningsdesign inom företagsekonomisk forskning. Enligt den grundläggande formen för en fallstudie skall det rymmas ett detaljerat samt ingående studium av ett specifikt fall, vanligtvis en plats, händelse eller organisation (Bryman & Bell 2017). Skillnaden mellan en fallstudie och andra tillvägagångssätt är att forskaren vill upplysa om vissa unika drag hos ett särskilt fall. Enligt Stake (1995) så ska valet av fall grunda sig i vad man vill lära sig av den utförda studien, därav skall valet av fall kopplas till det önskvärda lärandet. Då studien ämnar till att få en förståelse hur Storebrand arbetar med specifika situationer så har den interna fallstudien applicerats för att säkerställa att vi får en inblick i de detaljerna som kan känneteckna dem (Bryman & Bell 2017).

3.4 Urval

Fokus för denna studie har varit på aktivt ansvarstagande genom hållbara investeringar. För att studera detta har vi valt ett specifikt fallföretag och deltagare i studien, nedan redogör vi för de val som vi har gjort kring fallföretag och deltagare.

3.4.1 Val av företag

För att bättre förstå hur företag inom finansbranschen kan bedriva ett aktivt och ansvarsfullt hållbarhetsarbete har vi valt att studera Storebrand. Storebrand valdes ut, eftersom de har ett unikt tillvägagångssätt i hur de arbetar med hållbarhetsfrågor. Istället för att enbart fokusera på lagstadgade åtgärder så har man inkluderat hållbarhet i alla delar av organisationen samt arbetet. Ett exempel på hur Storebrand arbetar aktivt med hållbarhet är deras uteslutningar av företag som inte uppfyller Storebrands hållbarhetsföretag. Resultatet av uteslutningen blir att företag tas bort från det investeringsuniversum (Storebrand u.å). Ytterligare en anledning till att Storebrand är ett lämpligt val för att undersöka... är att företaget befinner sig bland de 20 högst rankade inom Morningstars hållbarhetsbetyg. Detta hållbarhetsbetyg är ett kvantitativt mått på de ekonomiskt väsentliga riskerna inom miljö, socialt och ägarfrågor i portföljen kopplat till liknande portföljer (Morningstar, 2022).

3.4.3 Val av deltagare

För att välja ut lämpliga deltagare att intervjua så har ett målstyrt urval använts, ett målstyrt urval innebär att respondenterna inte väljs ut utifrån en slumpmässig basis utan de har valts ut då de anses vara relevanta för forskningsfrågorna som studien har (Bryman & Bell 2017). Med hjälp av ett målstyrt urval så genomförs valet av deltagare, organisationer eller platser baserat på de forskningsfrågor som studien ämnar besvara. De valda respondenterna besitter olika roller inom Storebrand med hänsyn till att förstå och besvara studiens syfte samt frågeställningar. Eftersom studien grundar sig på att förstå hur Storebrand arbetar aktivt med hållbarhet och hur det genomsyrar hela organisationen så har respondenter valts utifrån relevanta arbetsområden som stödjer detta.

Tabell 1: Intervjuade respondenter

Företag	Namn	Yrkesroll	Intervjutid	Längd
SPP	Susanna Tropp	Vikarierande hållbarhetschef	2023-04-21 10:00	33:10 min
SPP	Mats Söderberg	Förmedlaransvarig Extern försäljning	2023-05-02 09:30	21:28 min
Storebrand	Susanna Kaas von Mentzer och Martin Almblad	Portföljförvaltare: Kortränta och Chef Distribution	2023-05-11 16:30	39:16 Min

3.5 Insamling av empiriskt material

Den datainsamlingsmetoden som studien grundar sig från är genom semistrukturerade intervjuer. Vid användning av en kvalitativ metod så kommer subjektiva värderingar att tolkas (Bryman & Bell 2017) Med bakgrund i detta anses tillämpningen av semistrukturerade intervjuer som den mest lämpade datainsamlingsmetoden för studien. Inför de semistrukturerade intervjuerna har en intervjuguide tagits fram med frågor utifrån de teman som upplevdes relevanta för den vi skulle intervjua. Genom detta tillvägagångssätt i intervjun så får respondenten utrymme att tillägga något mer om det anses vara relevant till intervjun. Genomförda semistrukturerade intervjuer har skett via digitala mötesplattformen Zoom. Bakgrunden till valet grundar sig i att tillgängligheten hos respondenterna är högre när den typen av intervjuer har genomförts. Risken som kan tillkomma vid den typen av mötesform i stället för ett fysiskt möte är uppfattning av kroppsspråk och känslomässiga beskrivningar begränsas, genom fysiska möten kan författarna observera helheten och även ha möjlighet att läsa av situationen bättre (ibid).

Under intervjuerna har samtalen spelats in och det har genomförts en transkribering av alla intervjuer. Detta för att säkerställa att sammanställningen av den insamlade empirin stämmer överens med det som framförts av intervjuedeltagarna. I samband med intervjuerna så säkerställdes ett godkännande hos deltagarna gällande inspelningen av intervjuerna, med bakgrund till att vi ska ha möjlighet att lyssna igenom för att främja en noggrannare analys av empirin (Bryman & Bell 2017).

3.6 Analys av det empiriska materialet

För att analysera det empiriska materialet har vi gått igenom de inspelade ljudfilerna och den transkriberade texten under flera tillfällen. Därefter har vi kodat intervjuerna genom en tematisk analys med avsikt att hitta olika teman (Bryman & Bell, 2017). Vid genomförande av den processen så har vi gjort jämförelse med teorin. Detta för att analysera och reflektera kring hur investerare kan bedriva ett aktivt och ansvarsfullt hållbarhetsarbete. Vår tematiska analys har identifierat tre olika teman som är särskilt viktiga: *Drivkrafter, barriärer och aktivt hållbarhetsarbete*. Fördelen med att spela in de genomförda intervjuerna är att det underlättar för en mer noggrann analys av den insamlade empirin då man kan lyssna igenom intervjuerna under flera tillfällen (ibid.).

3.7 Uppsatsens kvalitet

I detta avsnitt kommer uppsatsens kvalitet att diskuteras. För att avgöra kvalitet i en kvalitativ uppsats, har trovärdighet och äkthet lyfts fram som viktiga kvalitetsparametrar (Bryman & Bell, 2017).

3.7.1 Trovärdighet

Trovärdigheten består av fyra delkriterier som kategoriseras som; tillförlitlighet, överförbarhet, pålitlighet, samt konfirmering eller bekräftelse (Bryman & Bell 2017). *Tillförlitlighet* handlar om att det finns olika tänkbara beskrivningar gällande den sociala verkligheten, vilket betyder att det är vår uppgift att avgöra hur acceptabel deltagarnas skildringar är i andras ögon. Handplockade respondenter har valts för att kunna ge svar på de frågor som anses vara relevanta för att besvara syftet. För att skapa tillförlitlighet behöver man säkerställa att forskningen är genomförd i enlighet med reglerna som finns samt att resultaten rapporteras till de som är en del av den sociala verkligheten. Detta har gjorts genom en respondentvalidering där deltagarna har fått bekräfta att vi har uppfattat dem på det sätt de önskat. Vi har strävat efter tillförlitlighet genom att lyfta fram flera perspektiv genom att intervjua olika personer i koncernen för att uppnå en djupare insikt i hur ett företag kan bedriva ett aktivt och ansvarsfullt hållbarhetsarbete. Delkriteriet *överförbarhet* har applicerats i studien, då det handlar om att se om studien kan anses vara överförbar till en annan kontext eller situation. Genom en tydlig och välutvecklad framställning av empirin så har läsaren möjlighet att avgöra om den är överförbar till ett annat sammanhang eller inte. Vi har arbetat med överförbarhet genom att vår tredje forskningsfråga i studien som kan inspirera andra företag i finansbranschen att applicera ett aktivt och ansvarsfullt hållbarhetsarbete. Det tredje kriteriet *pålitlighet* handlar om att det finns en fullständig och tillgänglig redovisning av alla skeden i en forskningsprocess detta har säkerställts genom återkoppling av handledare och studiekamrater under genomförda seminarier. Det har lett till att studien har granskats av flera parter med olika ämnesmässiga bakgrunder och korrigeringar har genomförts för att säkerställa pålitlighet. Det sista kriteriet *konfirmering eller bekräftelse* handlar om att författarna inte skall ange några egna moraliska eller etiska synpunkter som kan ha

relevans för studiens utfall. Författarna har strävat efter ett arbete genomfört i god tro utan att inkludera egna värderingar i forskningsresultaten (ibid). Dessa egna värderingar påverkas av tidigare arbetslivserfarenhet inom finansbranschen samt den utbildning uppsatsen skrivs under. Detta påverkar genom att tidigare kunskap kring investeringar och ekonomi finns från tidigare arbetslivserfarenhet inom bank, dock inte i relation till hållbarhet. Den utbildning som uppsatsen skrivs under har påverkat genom att en utökad kunskap finns kring hållbarhet och ekonomi och hur man kritiskt granskar aktiviteter som berör dessa två områden, Studien har genomförts med en medvetenhet kring de eventuella värderingar som detta medför för att säkerställa att detta inte inkluderas i forskningsresultaten.

3.7.2 Äkthet

Äkthet handlar om att försöka uppnå en rättvis bild av olika uppfattningar och åsikter av dem som studerats (Bryman & Bell, 2017) Vidare handlar det om att bidra till att andra kan få en förbättrad förståelse sin egen och andras sociala situation och hur de kan påverka denna situation. I vår strävan efter äkthet har vi, genom att intervjua olika personer med olika arbetsroller och ansvarsområden, belyst olika perspektiv och lyft fram både positiva och negativa sidor. Genom att synliggöra dessa perspektiv har intervjudeltagarna, andra inom Storebrand och även andra investerare fått kunskap om vad ett aktivt och ansvarsfullt hållbarhetsarbete innebär, vad det kännetecknas av samt vilka barriärer och möjligheter som upplevs i detta arbete. Detta hjälper dem att förstå hur detta arbete kan bedrivas och påverka att de som studerats och andra har möjlighet att se över deras hållbarhetsarbete för att säkerställa främjandet hållbar utveckling genom sina investeringar (ibid.).

4. Empiri

I det här kapitlet redovisas den empiri som har samlats in genom intervjuer och information från Storebrands hemsidor och publicerade material. Inledningsvis ges en kort bakgrundsinformation om Storebrand. Därefter presenteras empirin utifrån studiens forskningsfrågor; drivkrafter, barriärer och investerares påverkansarbete för främjandet av hållbar utveckling

4.1 Om Storebrand

I årsrapporterna för Storebrand (2022,2023) framgår det att hållbarhet är en väsentlig del i hela koncernen. Hållbarhet presenteras som en tydlig och väletablerad riktlinje som ska genomsyra hela verksamheten. Det framgår att det finns en övertygelse om att bolag som integrerar hållbarhet och bidrar till att lösa viktiga samhällsutmaningar och leverera enligt FN:s Globala mål kommer att vara bäst positionerade inför framtiden. Det finns en målbild där de vill fortsätta påvisa hållbart ledarskap även i framtiden. För 2023 identifieras särskilda fokusområden i koncernen vara naturskydd, biodiversitet och mänskliga rättigheter (Storebrand, 2022; SPP, 2022). Hållbarhet är integrerat i alla frågor som rör verksamheten och beslutsfattande. Allt från egna processer, produkter, policy till frågor gällande intern drift som exempelvis återvinningskärl, Svanenmärkt matsal och alla inköp (pers. med., Tropp, 2023). Storebrands strategi syftar till att leverera en bra avkastning till kunderna genom att investera hållbart och eliminera hållbarhetsrisker. Strategin består av tre delar: välja in, välja bort och påverka (Storebrand, 2022; SPP, 2022). Storebrand har tre ledord för deras investeringar: *tydliga, prisvärda och hållbara* (pers. med ., Kaas Von Mentzer och Almblad 2023). Tydliga handlar om att varje fond ska ha sitt syfte, ser man exempelvis till en Sverigefond så ska den enbart innehålla svenska bolag. Prisvärda handlar om att prissättningen ska vara låg och prisvärd, och hållbarhet är något som ska genomsyra alla fonder/investeringar.

Det är viktigt att Storebrand inte känner sig nöjda med det hållbarhetsarbete som de bedriver i dagsläget utan att de måste sträva mot att utvecklas mer och fortsätta prioritera hållbarhetsarbetet (pers. med., Tropp, 2023). Att arbetet med hållbarhet

pågått i över 30 år är inte något som ska bromsa dem, utan det finns många aktörer på marknaden som utvecklas snabbt, blir duktiga och förstår vinningen i ett bra hållbarhetsarbete (ibid).

4.2 Vilka drivkrafter ligger bakom Storebrands aktiva hållbarhetsarbete?

Samtliga intervjudeltagare lyfter hållbarhet som ett grundläggande element för Storebrand. Detta illustreras bland annat av Susanna Tropp, som arbetar som vikarierande hållbarhetschef på SPP Pension och försäkring inom Storebrand. Hon beskriver hållbarhet som en självklarhet som sitter i ryggmärgen. Hållbarhet är viktigt och är en fundamental del av kulturen och värderingarna inom Storebrand (pers. med., Tropp, 2023; pers. med., Söderberg, 2023). Tropp är av övertygelse om att Storebrands finansiella mål inte uppnås om det inte finns hållbarhetsmål (pers. med., Tropp, 2023). Hållbarhetsarbetet uppges inte enbart grunda sig i en vilja och ansvarskänsla att det är det rätta, utan även som en konkurrensfördel där det finns goda avkastningsmöjligheter, särskilt över tid (pers. med., Tropp, Söderberg, Kaas von Mentzer och Almblad, 2023). Ett exempel på Storebrands syn på bolag med större industriella fossila investeringar eller bolag med höga koldioxidutsläpp är att det med tiden kommer bli höga kostnader att släppa ut, vilket innebär att investeringar i dessa bolag kan leda till potentiell nedsida eller merkostnad över tid (pers. med., Tropp, 2023).

Storebrand är tydliga med vikten av trovärdighet och att kunderna som väljer att investera hos dem ska vara säkra på att de följer sina värderingar. Detta innebär att de behöver ta tydlig ställning i hållbarhetsrelaterade frågor och stå fast vid det. Ställningstagandet kan inte förändras år till år, utan det är viktigt att det är tydligt vad man står för gällande hållbarhet (pers. med., Tropp, 2023). Samtliga intervjudeltagare lyfter att tryck från intressenter såsom kunder, samarbetspartners och samhället i stort, bidrar till att driva deras hållbarhetsarbete (pers. med., Kaas von Mentzer och Almblad, 2023). Analys av information och data är en viktig förutsättning för att säkerställa att investeringarna är i linje med deras riktlinjer, att de är trovärdiga och inte bidrar till exempelvis greenwashing (ibid.).

En förutsättning för hållbarhetsarbetet identifieras vara att alla medarbetare i koncernen är engagerade och informerade (pers. med., Söderberg, 2023; pers. med., Tropp, 2023) Oavsett vilken avdelning man arbetar inom så finns det en gemensam nämnare bland alla respondenter och det är hur enkelt det är att få information eller frågor besvarade gällande hållbarhet. Det finns ett intresse för hållbarhet bland medarbetare i alla led, en vilja att påverka. Vikten av samarbete, support och dialog genomsyrar hela organisationen. Detta gäller inte bara internt utan externt också (pers. med., Tropp, Söderberg, Kaas von Mentzer och Almblad, 2023). Tropp identifierar också vikten av att leva upp till det man säger och beskriver hur detta gäller både gentemot Storebrands externa intressenter som kunder men även internt

bland medarbetare. En månatlig undersökning sker kring hur väl medarbetare uppfattar att handlingar inom företaget är i linje med värderingarna (pers. med., Tropp, 2023). Susanna Kaas von Mentzer som jobbar som portföljförvaltare för kort ränta, beskriver hur hon ser det som en möjlighet att få känna att arbetet och det man gör faktiskt gör skillnad (pers. med., Kaas von Mentzer och Almlblad, 2023). Detta engagemang och driv för hållbarhet framgår hos alla intervjudeltagare.

4.3 Vilka barriärer upplever Storebrand finns för ett aktivt hållbarhetsarbete?

En del av att arbeta med ett aktivt hållbarhetsarbete är det tydliga ställningstagande Storebrand tar gällande de bolag och branscher som de inte investerar i (pers. med., Tropp, 2023). Tropp förklarar att finansiella incitament och goda avkastningsmöjligheter inte är relevant om ett företag eller en bransch bryter mot de riktlinjer och krav som Storebrand fastställt. Detta kan leda till att de ibland ifrågasätts av sina intressenter. Ett exempel som ges är att i samband med Rysslands invasion av Ukraina, genererade fossil- och vapenindustrin väldigt god avkastning. Andra aktörer som tidigare exkluderat dessa branscher gick tillbaka till att åter investera i dem med motiveringen att det bidrar till tillverkning av försvarsmateriel och goda ekonomiska möjligheter. Storebrands val att stå fast vid sin exkludering var och är dock gällande. Tropp beskriver att det är viktigt att de som koncern kan stå fast vid deras hållbarhetsprinciper, även om det kan resultera i potentiellt lägre avkastning. Fokus blir istället att hitta en alternativ investering som leder till avkastning samtidigt som den följer kraven för hållbarhet. Ett exempel är fonden Indexnära Plus som investerar i koldioxidoptimerande bolag och bolag som bidrar till FN:s Globala mål, där dessa presterar bättre över tid jämfört med vanliga indexnära fonder (ibid.).

Hållbarhet finns i någon mån hos alla Storebrands konkurrenter (pers. med., Tropp, Söderberg, Kaas von Mentzer och Almlblad, 2023). Trycket från intressenter har bidragit till ett ökat intresse för att bli bra på hållbarhet (pers. med., Tropp, 2023). Mats Söderberg som är förmedlaransvarig för extern försäljning på SPP Pension och försäkring inom Storebrand, beskriver att de inte kan kontrollera kundens eller förmedlarens slutgiltiga val av produkt och att det därför är av vikt att fortsätta driva, påverka, kommunicera och synliggöra deras erbjudande (pers. med ., Söderberg, 2023). Tropp påpekar att även om hållbarhet är högt upp på den globala agendan så sker omställningen inte tillräckligt fort. Att den oro som speglas i rapporter och uttalanden inte resulterar i tillräckligt snabba förändringar eller handling i branschen. Tropp menar vidare att fler behöver ta ansvar och aktivt arbeta för hållbar utveckling och de globala målen. Det behöver bli dyrare att släppa ut och bedriva verksamhet som inte bidrar till hållbar utveckling. Reglering och direktiv kommer löpande men klimatet kräver snabbare omställning (pers. med., Tropp, 2023).

Ur ett portföljförvaltarperspektiv så är en av de största utmaningarna att hantera data och uppföljning (pers. med., Kaas Von Mentzer och Almblad, 2023). Enligt Kaas Von Mentzer så har Storebrand bra resurser gällande data och uppföljning men den utmaningen som man står inför är hur den levereras till Storebrand samt hur den ska distribueras (pers. med., 2023). Ett exempel på detta är exempelvis hur fondsparare ska förstå hur hållbara Storebrand är då en numerisk kategorisering enligt numeriskt betyg kan vara ogripbart. Utöver det finns det en risk gällande hållbarhetsarbetet att man kan snubbla på över egen komplexitet (ibid.).

4.4 Hur kan ett aktivt ställningstagande påverka omställningen mot en grön ekonomi?

För hållbara investeringar har Storebrand implementerat en hållbarhetsstrategi som bygger på tre metoder som inkluderar och tar hänsyn till de globala hållbarhetsmål som FN har satt upp. Storebrands tre metoder är: Välja in, välja bort och påverka.

Under intervjun med Kaas von Mentzer och Almblad (pers. med., 2023) nämns en del av Storebrands syfte vara att flytta kapital till hållbara investeringar. Storebrand Standarden handlar om screening genom att välja in, välja bort och påverka för att selektera ett produktutbud som är i enlighet med deras hållbarhets principer. Den första metoden *välja in* handlar om att Storebrand kontinuerligt övervakar och analyserar sina investeringar. Detta genom medarbetare med specialistkompetens inom området som granskar tusentals bolag och betygsätter de som väljs ut av Storebrand. Den andra metoden *välja bort* handlar om att de aktivt väljer bort samt exkluderar bolag som inte arbetar med Storebrands hållbarhetskriterier. Det innebär att Storebrand aktivt väljer att inte investera i de bolag som går emot internationella normer, konventioner eller företag som är involverade i oacceptabel eller skadlig verksamhet. Den tredje metoden är *påverka*, där de väljer att påverka bolagen som de är ägare inom att arbeta med en mer hållbar inriktning. Detta sker genom dialog, röstning och engagemang. Med hjälp av ett aktivt ägande har Storebrand möjlighet att påverka riskerna och öka kvaliteten i deras investeringar (Storebrand u.å; pers. med., Kaas Von Mentzer och Almblad, 2023).

Ett exempel på aktivt ställningstagande som lyfts av Storebrand är avskogningen i Brasilien. Under 2020 valde Storebrand att gå ihop med flera andra investerare som befinner sig inom finansbranschen för att skriva ett brev till brasilianska myndigheterna (pers. med., Kaas von Mentzer och Almblad, 2023). Detta för att eliminera avskogningen och skydda rättigheterna bland ursprungsbefolkningen. Det efterfrågades ett möte med myndigheterna för att diskutera detta. Tillsammans så representerade alla investerare ett förvaltad kapital på 4.1 miljarder USD (Storebrand fonder, 2020; pers. med., Kaas Von Mentzer och Almblad 2023).

Ytterligare ett exempel på där Storebrands aktiva påverkansdialoger tillsammans med andra investerare har haft genomslagskraft är i Japan avseende två av de ledande stålbolagen, Nippon och JFE (Storebrand, 2023). Dialogen har lett till att Nippon och JFE nu har påbörjat arbetet med att konvertera en del av sin produktionsprocess till ett mer hållbart alternativ som släpper ut betydligt mindre CO₂. Detta för att bidra till att nå netto noll inom stålindustrin till år 2050 (ibid.). Tropp beskriver hur det finns en möjlighet i faktiskt påverkan genom sina investeringar och att det är här som de kan göra verklig skillnad där aktivt ägarskap är en fundamental del i detta arbete. Det är viktigt att driva en aktiv hållbarhetsdialog med företagen de investerar i eller vill investera i, antingen på egen hand eller tillsammans med andra investerare (pers. med., Tropp, 2023).

En del av Storebrand arbete med betyg/rating är att de vill vara med på en omställningsresa och strävar efter att primärt inte exkludera bolag utan önskar främst att påverka dem och vara med i transitionen att förbättra dem till ett bättre bolag (pers. med., Tropp, 2023). Med hänsyn till detta har deras rating implementerats, ett egenutvecklat betyg som betygsätter bolag från noll till tio. Halva delen av ratingen bygger på hållbarhetsrisker kopplade till vilken sektor företaget befinner sig inom. Den andra halvan bygger på hur företaget arbetar mot att lösa FN:s 17 globala mål. Tropp förklarar att de vill vara med och påverka och inte exkludera företagen, de vill försöka hjälpa dem mot den rätta vägen framåt inom hållbarhet, för skulle fallet vara sådant att Storebrand säljer av så är det någon annan som köper det (ibid).

Inom Storebrand finns det ett helt team som arbetar med aktivt ägarskap där de driver bolagsdialoger där de försöker driva förändring i de bolagen som inte gör tillräckligt mycket gällande hållbarhetsfrågor. Det kan röra sig om bolag de ännu inte investerar i men främst i bolagen som de redan har investerat inom där kan göra förändringar i till exempel produktionen kopplat till miljön eller i produktionsländerna där det arbetas mycket med mänskliga rättigheter. Storebrand är med och initierar detta och vill även gå ihop med andra investerare för att få ett större påverkanssätt vilket resulterat i att de ligger långt fram i det arbetssättet (pers. med., Tropp, 2023).

5. Analys och diskussion

Detta kapitel kommer att analysera och diskutera den insamlade empirin i förhållande till studiens valda teorier: Investor Impact, drivkrafter och struktureringsteori för att tillgodose studiens syfte. Avslutningsvis presenteras en diskussion som besvarar studiens forskningsfrågor.

5.1 Drivkrafter i Storebrands hållbarhetsarbete

En stark drivkraft för Storebrand upplevs ligga deras miljömässiga engagemang. Bansal och Roth (2000) beskriver att företag som drivs av miljömässigt engagemang är företag som oftast har en genuin och äkta oro kring hållbarhetsfrågor. Vid beslutsfattande så reflekteras det enligt värderingar kopplat till hållbarhet snarare än beslutsregler som fokuserar på avkastning vilket stämmer in på Storebrand gällande deras bakomliggande motiv till att arbeta med hållbarhet och hållbara investeringar. Att hållbarhetsengagemanget ligger som grund och påverkar hur Storebrand arbetar kan även liknas vid det som Carpenter & Gong (2016) förklarar om hur implementering och utformning styrs av bakomliggande motiv, mission och värderingar. Tropp beskriver att det är viktigt att hållbarhetsfrågorna integreras i alla led i verksamheten och att alla aktörer måste ta sitt ansvar då dessa frågor bara kommer bli desto viktigare. Tropp beskriver vidare att möjligheten till avkastning är av vikt och att de finansiella målen inte kan uppnås om det inte finns hållbarhetsmål. Alnblad påpekar att det finns möjlighet till avkastning genom att jobba hållbart. Detta stämmer in på det som Bansal & Roth (2000) skriver om motivering för konkurrensdrivna företag som drivs av en tro att hållbarhetsarbetet kommer att generera ökad lönsamhet över tid. Samtliga intervjudeltagare påvisar konkurrenskraften med deras arbete och att det är lönsamt. Vidare utvecklar Tropp resonemanget genom att förklara att oavsett hur mycket positiv avkastning ett företag genererar så genomförs inte investeringar som inte följer Storebrands hållbarhetskrav vilket avviker från Bansal & Roth (2000) beskrivning av konkurrensdrivna företag. Samtliga intervjudeltagare lyfter vikten av att agera som de säger att de ska agera, och att det finns en förväntan bland intressenter och samhället på dem som innebär ett ansvar. Detta stämmer överens med legitimeringsdrivna företag enligt Bansal & Roth (2000). Intervjudeltagarna uppger att trovärdighet och konkurrenskraft kommer som ett resultat av deras hållbarhetsengagemang och säkerställandet att investeringarna går i linje med deras krav och värderingar. Dock är Storebrand ledande på marknaden i deras arbetssätt vilket inte stämmer in på beskrivningen om legitimeringsdrivna företag.

Storebrands standard samt de hållbarhetsprinciper som vägleder verksamheten kan kopplas till det Bansal & Roth (2000) skriver om egna lösningar och önskan att hitta den bästa vägen hos miljömässigt motiverade företag. Bansal & Roth (2000) förklarar att det finns stråk av alla tre motivationer, dock är miljömässigt engagemang det som kan ses vara dominant då inga beslut tas på bekostnad av deras hållbarhetsprinciper.

Tropp förklarar Storebrands hållbarhetsarbete som något som sitter i ryggmärgen och är en del av kulturen. Samtliga intervjudeltagare lyfter att hållbarhet är Storebrands främsta syfte och att hela koncernen arbetar för att uppnå det. Fischer & Newig (2016) förklarar att aktörers handlingar påverkas av deras värderingar vilket kan förklara att hållbarhet genomsyrar hela koncernen då det är en del av den kultur som råder. Detta kan även kopplas till det Carpenter & Gong (2016) fann, där företag som har en tydlig mission med värderingar och handlingar motiverar hela organisationen. Kaas von Mentzer, Almlad och Tropp beskriver också en känsla av vikt i att man kan göra faktiskt skillnad vilket stämmer överens med Carpenter & Gong (2016), att en uppfattning om att arbetet är betydelsefullt ökar engagemang och motivation. Detta kan ses grunda sig i att Storebrand drivs av ett genuint miljömässigt engagemang.

5.2 Barriärer i Storebrand hållbarhetsarbete

Barriärerna som går att identifiera i Storebrands aktiva hållbarhetsarbete grundar sig främst i externa aktörers handlingsförmåga. Tropp beskriver hur Storebrands aktiva ställningstagande ibland kan ifrågasättas i situationer där andra aktörer agerar på ett sätt som genererar avkastning och Storebrand inte engagerar sig då det går emot deras hållbarhetsprinciper. Denna skillnad i uppfattning och handlingskraft kan förklaras av att Storebrand är verksamma inom en bransch där det finns en uppfattning om att det främsta syftet för investerare är att generera avkastning åt sina kunder, även om det har negativ påverkan på hållbarhet. Att stå fast vid sina hållbarhetsprinciper och strategi när andra aktörer återgår till att investera i en tidigare exkluderad bransch stärker det ifrågasättandet. Ifrågasättandet från allmänheten kan förklaras av Sewell (1992) som beskriver hur aktörer möjliggörs och begränsas av de normer och regler som finns i den kontext de verkar inom samt att de påverkas av deras värderingar. Om normen är att investerare främst ska generera positiv avkastning kommer aktörerna att agera enligt det. Normerna och reglerna påverkar handling. Storebrand har tillräckligt med resurser, makt och information för att veta hur samhällets normer och struktur ser ut vilket möjliggör dem till att agera på kreativa sätt exempelvis genom att hitta andra alternativa investeringar som inte går emot deras värdegrund. Sett till Sewell (1992) kan detta ses som att Storebrand har kunskap om den strukturen och att möjligheter ses i det som annars upplevs som barriärer för andra investerare. Detta kan även förklaras av det Bansal & Roth (2000) skriver om drivkrafter. Den ansvarskänsla och skillnad i handling mellan investerare kan bero på att den bakomliggande motivation som driver hållbarhetsarbetet skiljer sig mellan aktörer.

Det finns ett tryck från intressenter som har bidragit till att de vill bli bra på hållbarhet, dock lyfter Almlblad att även om intresse finns är det inte säkert att man väljer att investera hos dem. Detta känns även igen hos Söderberg som beskriver att de inte kan kontrollera kundens eller förmedlarens slutgiltiga val och att de behöver fortsätta informera kring och driva för hållbara investeringar för att fler ska se vinningen med det. Sewell (1992) beskriver hur alla individer har möjlighet att göra fria val och att dessa val görs enligt värderingar och normer. Om tillräckligt många aktörer med tillräckligt mycket makt agerar kan de påverka normerna.

Kaas von Mentzer och Almlblad lyfter att hantering och leverans av data kan vara svårt då deras tillgång till information är stor och komplex. Konsekvensen av detta kan vara att andra aktörer inte förstår informationen då de inte har tillgång till samma kunskap. Detta kan liknas vid det Fisher & Newig (2016) förklarar gällande att resurser och strategier påverkar möjligheten för aktörer att ta beslut. Skillnaden i datahantering och hur informationen tas emot beror på tillgång till kunskap och resurser. Detta kan innebära att förståelsen för Storebrands data kan bli svår om mottagarens kontext ser annorlunda ut. Det framgår att Storebrand arbetar på ett sätt som ibland kan vara svårt att förstå av andra. Dock finns det möjligheter där dessa barriärer identifieras vilket påvisar att Storebrands ställningstagande och agerande är något som de står fast vid och att det snarare handlar om att ändra uppfattningen hos andra aktörer och samhället.

5.3 Hur kan ett aktivt ställningstagande bidra till omställningen mot en grön ekonomi?

En fundamental del i Storebrands hållbarhetsarbete är deras aktiva ställningstagande och påverkansarbete genom deras investeringar. Tropp beskriver det aktiva ägarskapet som en fundamental del av deras påverkansarbete. Det framgår dels när hon beskriver vikten av att kommunicera med de företag som de investerar i, för att förbättra eller bibehålla deras positiva sociala och miljömässiga arbete. Det framgår även när hon förklarar att dialogen sker med företag som de inte investerar i för närvarande men vill investera i, för att hjälpa dem ställa om och möjliggöra investeringen. Aktivt ägarskap på det sätt som Tropp beskriver är ett exempel på hur investerare kan utöva Investor Impact enligt Kölbel et al (2000). Ett annat verktyg för investerare att påverka företagen de investerar eller vill investera i är genom kapitalallokering eller genom incitament för förbättring det vill säga indirekt påverkan (ibid.). Storebrands egenutvecklade ratingsystem betygsätter och utvärderar företag baserat på företagets hållbarhetsrisk och hur väl de arbetar med att bidra till FN:s Globala mål. Arbetet syftar till att styra kapital mot hållbara investeringar. Företag som inte följer deras hållbarhetsprinciper exkluderas. Kölbel et al (2000) beskriver hur rating och hållbarhetsindex av företag ger incitament för företag att implementera ESG-faktorer. Detta då exkludering kan påverka prissättningen av investeringsprodukterna samt allmänhetens intresse för investeringen. Företag som inkluderas får incitament av sina betyg och deras prestation jämförs med andra företag. Storebrands hållbarhetskriterier och

screening kan liknas vid den kravställning investerare kan utföra enligt Kölbel et al (2000). Det kopplas även till indirekt påverkan då Storebrands publiceringar kring deras hållbarhetsindex och annat material påverkar allmänhetens uppfattning av företagen som inkluderas eller exkluderas (ibid.).

Storebrands sammanslagning med andra investerare för att ha större kraft i dialogen angående avskogningen i Brasilien är ett exempel på hur investerare kan utöva Investor Impacting enligt Kölbel et al. (2000). Dialogen speglar investerarnas aktiva ägarskap genom kommunikation för att påverka landet att ta ställning till avskogningen. Öppen kritik av landets agerande, hot om exkludering och förlorad investering speglar påverkan genom kapitalallokering och indirekt påverkan. Hotet om utträde från den brasilianska marknaden visar att det finns kraft i antal, detta förklaras även av Sewell (1992) där tillräckligt många aktörer med makt ger större handlingsförmåga. Dessa aktörer kan då, genom sina handlingar, påverka samhällets normer och individerna som agerar enligt dem. Detta framgår i exemplet med den påverkan Storebrand, tillsammans med andra investerare, lyckats med gällande de japanska stålbolagen Nippon och JFE. Den dialog som förts av dem i samarbete med andra har resulterat i förändringar som minskar företagets växthusgasutsläpp och därmed företagets påverkan på miljön. Genom att publicera uppdateringar på denna framgång får även företaget, som befinner sig i en svårställd bransch, positiv publicitet för deras förändringsarbete. Tropp, Kaas von Mentzer och Almlad beskriver långsiktighet som en viktig grundpelare för deras investeringar och beslut. Waygood (2011) förklarar att långsiktighet är ett definierande element för hållbar utveckling. Kortsiktiga utsikter fokuserade på avkastning underminerar omställningen mot en grön ekonomi och riskerar ökade kostnader över tid. Detta exemplifieras genom Tropp som beskriver att långsiktighet är viktigt då framtiden kommer innebära ökade kostnader för företag som exempelvis har stora utsläpp vilket kommer påverka värdet på investeringarna. Det aktiva ägarskap och påverkansarbete som Storebrand bedriver står på

5.4 Diskussion

Fallstudien på Storebrand påvisar att hållbarhet är ett grundläggande element som genomsyrar hela koncernen. Arbetet drivs av motivationer som har inslag av alla de drivkrafter som Bansal & Roth (2000) identifierar. Det finns motivation kopplat till konkurrenskraft och en tro på att hållbarhetsarbetet kommer att generera lönsamhet. Det finns även motivation kopplat till legitimering där vikten av att efterleva lagar och regler, agera trovärdigt och med hänsyn till intressenterna lyfts. Dock ser vi belegg för att miljömässigt engagemang är det som i grund och botten driver Storebrand att aktivt arbeta med hållbarhet. Detta är då de motivationer som kopplas till konkurrenskraft och legitimering är undergivna det hållbara åtagandet. Beslut som tas med hänsyn till ekonomiska fördelar, trovärdighet och legitimitet sker alltid i enlighet med Storebrands hållbarhetsprinciper och värderingar. Detta stämmer överens med Fischer & Newigs (2016) resultat att aktörers handlingar påverkas av deras värderingar. Bansal & Roth (2000) fann att motivationerna kan vara blandade och ha olika dominerande effekter vilket är i linje med denna studies resultat. Vidare fann de att företag som motiveras av miljömässigt engagemang ofta

drivs av värderingar och eftersöker den bästa lösningen vilket resulterar i att de kan vara kreativa i att hitta egna lösningar. Detta stämmer överens med vårt resultat då Storebrand sedan länge har ett egenutvecklat ratingsystem och strategi som är uppbyggt runt deras hållbarhetsvärderingar.

Att andra aktörer ifrågasätter deras ställningstagande och återgår till att investera i skadliga industrier skulle kunna förklaras av att de drivs av andra dominerande drivkrafter enligt Bansal & Roth (2000). Det Sewell (1992) beskriver gällande att handlingsförmågan begränsas och möjliggörs av samhällets normer och regler kan appliceras om man ser till att intervjudeltagarna påpekar att hållbarhet finns på allas radar i branschen och att det är en aktuell fråga. Det kan tolkas som att det är acceptabelt att ta hänsyn till hållbarhet men bara till den nivå som andra aktörer anser vara tillräckligt. Avvikelse från den ram som normen existerar inom kan därför ifrågasättas. Det går även att dra paralleller till det som Bansal & Roth (2000) skriver om konkurrens och legitimeringsdrivna företag. Dessa företag arbetar med hållbarhet för att det är lönsamt men tar först och främst hänsyn till avkastningen. De agerar på ett sätt där de inte leder förändringen då de inte vill att det ska reflektera negativt tillbaka på branschen, vilket bidrar till likriktning. Det skulle kunna förklara den barriär för branschen som Tropp menar är en anledning till att omställningen inte sker så snabbt som den behöver ske. Storebrands hållbarhetsarbete kommer av att de hittat en möjlighet i det som många aktörer kan se som en barriär, en möjlighet som kommer av deras miljömässiga engagemang.

Empirin visar att Storebrand påvisar alla delar av Investor Impact enligt Kölbel et al. (2000) det vill säga aktieägarengagemang, kapitalallokering och indirekt påverkan. Deras påverkansarbete och aktiva ägarskap handlar dels om att driva dialoger med företagen de investerar i, att påverka genom kapitalallokering och screening samt indirekt påverkan. Deras påverkansarbete inkluderar inte bara företagen de har befintliga investeringar i utan även de företag som har potential att förbättras till den grad att investering kan bli aktuellt. Sewell (1992) beskriver att handlingsförmåga kommer av kunskap och att denna kunskap leder till kreativa och innovativa handlingar. Dessa aktörer kan själva eller genom samarbete påverka andra. Detta är i linje med det Storebrand påvisar med deras aktiva hållbarhetsarbete. Hållbarhet driver inte enbart Storebrand att förbättra dess egen verksamhet utan resulterar i ett aktivt arbete att samarbeta med andra investerare för att förbättra andra aktörers bidrag till hållbar utveckling. Den växande medvetenhet och efterfrågan bland investerare och allmänheten när det kommer till hållbarhet och hållbara investeringar påvisar hoppfull framtid för finansbranschen och de investerare och aktörer som verkar inom den.

6. Slutsats

Syftet med den här uppsatsen var att genom en fallstudie av Storebrand bättre förstå hur investerare kan bedriva ett aktivt och ansvarsfullt hållbarhetsarbete. Detta för att bidra till att inspirera och ge vägledning åt investerare att utveckla sitt arbete med hållbara investeringar. Här nedan presenteras de slutsatser som studien kommit fram till.

6.1 Studiens slutsatser

Slutsatsen är att Storebrand främst drivs av miljömässigt engagemang där hållbarhet är en grundläggande värdering som influerar hela koncernen. De har lyckats utforma ett hållbart arbetssätt och strategi på en marknad som drivs av ekonomiska incitament. Deras hållbarhetsarbete och engagemang handlar inte enbart om att driva egen framgång utan sträcker sig till att hjälpa andra investerare och företag att bidra positivt till en hållbar framtid. Omställningen till hållbar utveckling kommer allt snabbare och om investerare vill ha en marknad att verka på och företag att investera i, behöver hållbarhet vara en avgörande faktor i beslutsfattande. Det är möjligt att vara hållbar och lönsam, men det kräver att hållbarhet inte ständigt vägs mot kortsiktiga ekonomiska fördelar. Ekonomiskt lönsamma alternativ i ohållbara branscher kommer inte vara lönsamt på längre sikt. För investerare och andra aktörer på finansbranschen innebär detta att de behöver ta ansvar över den påverkan deras verksamheter har på miljön och på samhället och att de har en moralisk och ekonomisk plikt att vara hållbara. Storebrand erkänner att de har ett ansvar och agerar enligt det. De är medvetna om vilka barriärer branschen står inför men har i dessa även identifierat möjligheter vilket de uppvisar genom deras vilja att påverka och uppnå verklig skillnad.

Genom att följa Storebrands exempel och integrera hållbarhetsarbete som en grundläggande värdering och strategi kan andra aktörer inom finansbranschen bidra till att lösa de hållbarhetsutmaningar vi står inför. Det finns kraft i antal och genom att ta ansvar tillsammans kan finansbranschen bli en kraft för omställningen till en hållbar framtid. Hållbarhet handlar trots allt om att blicka framåt och överleva på sikt.

6.2 Framtida forskning

Denna studie har fokuserat på finansbranschen, med särskilt fokus på investerare och hur de kan bedriva ett aktivt och ansvarsfullt hållbarhetsarbete genom påverkan. Vid fortsatt forskning inom området skulle andra finansaktörer som inte enbart arbetar med hållbara investeringar kunna undersökas för att lära oss mer om vilka drivkrafter och barriärer som kan tillkomma. Detta för att undersöka vilka likheter och skillnader som finns mellan dessa aktörer. Då miljöengagemanget var en fundamental del i Storebrands arbete skulle ytterligare forskning även kunna undersöka djupare hur kultur eller medarbetares identitet spelar in i detta engagemang för att lära oss mer om hur det påverkar ett företags hållbarhetsarbete.

Referenser

Aktuell hållbarhet (2018). "Finansbranschen måste ta ansvar för klimatmålen"
<https://www.aktuellhallbarhet.se/miljo/klimat/finansbranschen-maste-ta-ansvar-for-klimatmalen/> [2023-04-14]

Bing, H. & Silkoset, R. (2017). Buying CSR with employees' pensions? The effect of social responsible investments on Norwegian SMEs' choice of pension fund management: A conjoint survey. *International Journal of Bank*, 35 (1).

Branco, M.C. & Rodrigues, L.L. (2006). Communication of corporate social responsibility by Portuguese banks: A legitimacy theory perspective. *Corporate communications*, 11 (3), 232–248. <https://doi.org/10.1108/13563280610680821>

Britannica, u.å. *structuration theory*.
<https://www.britannica.com/topic/structuration-theory> [2023-04-12]

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

Chang, Y.-C., Hong, H. & Liskovich, I. (2015). Regression Discontinuity and the Price Effects of Stock Market Indexing. *The Review of financial studies*, 28 (1), 212–246. <https://doi.org/10.1093/rfs/hhu041>

Deegan, Craig & Unerman, Jeffrey (2011). *Financial accounting theory*. 2. European ed. Maidenhead: Mc Graw-Hill Education

Diener, J. & Habisch, A. (2022). Developing an Impact-Focused Typology of Socially Responsible Fund Providers. *Journal of risk and financial management*, 15 (7), 298–. <https://doi.org/10.3390/jrfm15070298>

Eccles, N.S. & Viviers, S. (2011). The Origins and Meanings of Names Describing Investment Practices that Integrate a Consideration of ESG Issues in the Academic Literature. *Journal of business ethics*, 104 (3), 389–402.
<https://doi.org/10.1007/s10551-011-0917-7>

Ekonomifakta (2020). *Statsbudget och statsskuld: Hur mycket är en miljard?*
<https://www.ekonomifakta.se/Fakta/Offentlig-ekonomi/Statsbudget/hur-mycket-ar-en-miljard/> [2023-05-31]

Europa Kommissionen, (u.å), *Corporate Social Responsibility and Responsible Business Conduct*. https://single-market-economy.ec.europa.eu/industry/sustainability/corporate-social-responsibility-responsible-business-conduct_en [2023-04-24]

Eurosif (2021). *Fostering Investor Impact* <https://www.eurosif.org/wp-content/uploads/2021/11/2021-Eurosif-Report-Fostering-investor-impact.pdf> [2023-04-20]

Finansinspektionen, 2016. *Hur kan finanssektorn bidra till en hållbar utveckling?* https://www.fi.se/contentassets/123efb8f00f34f4cab1b0b1e17cb0bf4/finanssektor_och_hallbarhet.pdf [2023-04-18]

Fischer, L.-B. & Newig, J. (2016). Importance of actors and agency in sustainability transitions: A systematic exploration of the literature. *Sustainability* (Basel, Switzerland), 8 (5), 476–. <https://doi.org/10.3390/su8050476>

Fondbolagens förening, u.å. *Hållbara investeringar* https://www.fondbolagen.se/fakta_index/ordlista/h/hallbara-investeringar/ [2023-04-21]

Giddens, A. (1986), *The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration*, *University of California Press*, Berkeley, CA.

Globala målen, 2017. *Vad betyder hållbar utveckling* <https://www.globalamalen.se/fragor-och-svar/vad-betyder-hallbar-utveckling/> [2023-04-18]

Hussain, S.S. (1999). The ethics of “going green”: the corporate social responsibility debate. *Business strategy and the environment*, 8 (4), 203–210. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-0836\(199907/08\)8:43.0.CO;2-I](https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-0836(199907/08)8:43.0.CO;2-I)

IPCC (2022). *Climate change 2022: Impacts, Adaptation and Vulnerability*. https://report.ipcc.ch/ar6/wg2/IPCC_AR6_WGII_FullReport.pdf [2023-04-22]

Koistinen, K. & Teerikangas, S. (2021). The debate if agents matter vs. The system matters in sustainability transitions—a review of the literature. *Sustainability* (Basel, Switzerland), 13 (5), 1–29. <https://doi.org/10.3390/su13052821>

Konsumenternas, u.å. *Hållbarhet inom bank, finans, försäkring och pension* <https://www.konsumenternas.se/konsumentstod/lag-ratt/hallbarhet-i-finansbranschen/> [2023-04-14]

Kölbel, J.F., Heeb, F., Paetzold, F. & Busch, T. (2020). Can Sustainable Investing Save the World? Reviewing the Mechanisms of Investor Impact. *Organization & environment*, 33 (4), 554–574.
<https://doi.org/10.1177/1086026620919202>

Morningstar, 2022. *100 största fondbolaget i Europa jämförda*
<https://www.morningstar.se/se/news/226481/100-st%C3%B6rsta-fondbolagen-i-europa-j%C3%A4mf%C3%B6rda.aspx> [2023-04-13]

Regeringen, 2022. *En taxonomi för hållbara investeringar*.
<https://www.regeringen.se/regeringens-politik/finansmarknad/taxonomi-ska-gorad-et-enklare-att-identifiera-och-jamfora-miljomassigt-hallbara-investeringar/>
[2023-05-26]

Regeringen, u.å. *Agenda 2030 - Mål 13 - Bekämpa klimatförändringar*
<https://www.regeringen.se/regeringens-politik/globala-malen-och-agenda-2030/agenda-2030-mal-13-bekampa-klimatforandringarna/> [2023-04-04]

Sciarelli, M., Cosimato, S., Landi, G. & Iandolo, F. (2021). Socially responsible investment strategies for the transition towards sustainable development: the importance of integrating and communicating ESG. *TQM journal*, 33 (7), 39–56.
<https://doi.org/10.1108/TQM-08-2020-0180>

Sewell, W.H. (1992). A Theory of Structure: Duality, Agency, and Transformation. *The American journal of sociology*, 98 (1), 1–29.
<https://doi.org/10.1086/229967>

SPP, u.å. *Vår historia*
<https://www.spp.se/om-spp/var-historia/> [Hämtad 2023-04-27]

Stake, R.E (1995), *The art of case study research*. Thousand Oaks CA:sage

Steve Waygood (2011) How do the capital markets undermine sustainable development? What can be done to correct this?, *Journal of Sustainable Finance and Investment*, 1:1, 81-87, <https://doi.org/10.3763/jsfi.2010.0008>

Storebrand fonder 2020, *SPP/Storebrand ställer nya klimatkrav på Brasilien*
<https://www.mynewsdesk.com/se/spp-livfoersaekring/pressreleases/spp-slash-storebrand-staeller-nya-klimatkrav-paa-brasilien-3015700> [2023-05-18]

Storebrand Fonder, 2023. *Stor effekt av Storebrands påverkansdialoger med stålbolag i Japan*
<https://www.mynewsdesk.com/se/spp-livfoersaekring/pressreleases/stor-effekt-av-storebrands-paaverkansdialoger-med-staalbolag-i-japan-3252997>

Storebrand, u.å. *Exclusion*

<https://www.storebrand.no/en/asset-management/sustainable-investments/exclusions> [2023-04-13]

Storebrand Fonder, 2021, *Hållbarhetsredovisning*

<https://www.storebrandfonder.se/globalassets/storebrand-fonder/om-oss/fondbolaget/finansiell-information/hallbarhetsredovisning-2021-spp-fonder-220331.pdf> [2023-04-24]

Storebrand Fonder, u.å. *Om oss*

<https://www.storebrandfonder.se/fonder/om-oss/> [2023-04-27]

Storebrand, u.å. *The Storebrand standard*

<https://www.storebrand.no/en/asset-management/sustainable-investments/exclusions/the-storebrand-standard> [2023-05-08]

Storebrand, u.å. *Vår metod för hållbara investeringar*

<https://www.storebrand.se/storebrand/hallbarhet/metod/> [2023-04-27]

Suchman, M.C. (1995). Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. *The Academy of Management review*, 20 (3), 571–610.

<https://doi.org/10.2307/258788>

Svenska Bankföreningen, (2023). *Den svenska finansmarknaden*

<https://www.swedishbankers.se/fakta-och-rapporter/svensk-bankmarknad/den-svenska-finansmarknaden/> [2023-05-26]

Sveriges Riksbank (2022). *Det finansiella systemet*

<https://www.riksbank.se/sv/finansiell-stabilitet/det-finansiella-systemet/> [2023-05-29]

Talan, G. & Sharma, G.D. (2019). *Doing Well by Doing Good: A Systematic Review and Research Agenda for Sustainable Investment*. *Sustainability* 2019, 11, 353.

UN Global Compact, u.å. *Who we are*

<https://unglobalcompact.org/what-is-gc/our-work/> [2023-04-21]

WWF, 2022, *Living planet report*

https://www.wwf.se/rapport/living-planet-report/?gclid=Cj0KCQiA-oqdBhDfARIsAO0TrGGQObYTnvhC9jwmtFNrwMvkyFTUfIxYVbjZkVqARGb5Mm-hlGTbubIaAiE0EALw_wcB [2023-04-19]

Muntliga källor

Tropp, Susanna; Vikarierande hållbarhetschef, SPP. 2023. [2023-04-21]

Söderberg, mats; Förmedlaransvarig: Extern försäljning, SPP. 2023. [2023-05-05]

Kaas von Mentzer, Susanna och Almblad, Martin: Portföljförvaltare: Kortränta och Chef Distribution, Storebrand. 2023. [2023-05-11]

Tack

Vi vill rikta ett speciellt tack till alla som har hjälpt oss genom vårt arbete med den här uppsatsen. Stort tack till Susanna Tropp, Mats Söderberg, Susanna Kaas Von Mentzer och Martin Almlad på Storebrand som hjälpt oss med empiriskt material. Utan er tid, hjälp och information hade den här uppsatsen ej varit möjligt. Vi vill tacka opponenter som har hjälpt oss med feedback och idéer till arbetet. Vi vill även tacka Niels Källmark samt Adrian Cicek som hjälpt till genom att läsa igenom uppsatsen sam hålla humöret uppe under hela processen. Slutligen vill vi rikta ett tack till vår handledare Hanna Astner som stöttat oss genom hela uppsatsen och bidragit med feedback, engagemang och uppmuntran.

Bilaga 1

1. Berätta om SPP. Vad är SPPs främsta syfte?
2. Berätta lite om din arbetsroll?
3. Hur arbetar SPP med hållbarhet?
4. När började ni arbeta (aktivt) med hållbarhetsfrågor på det sätt du *beskriver*?
5. Vilka är de viktigaste förutsättningarna för ert hållbarhetsarbete?
6. Hur säkerställer ni att hållbarhetstänket integreras genom hela verksamheten?
7. Tror du att det är viktigt att medarbetarna är engagerade? Varför?
8. Går det att balansera SPPs finansiella mål med ett aktivt hållbarhetsarbete? Berätta hur?
9. Vad anser du driver SPP:s hållbarhetsarbete?
10. Arbetar ni proaktivt på något sätt? Hur? Varför?
11. Vad ser du som den största utmaningen för ert hållbarhetsarbete? Vad är svårt? Vad är lätt?
12. Hur kommer det sig/vad beror det på tror du?

Bilaga 2

1. Berätta om SPP. Vad är SPPs främsta syfte?
2. Berätta lite om din arbetsroll?
3. Hur arbetar SPP med hållbarhet?
4. Hur upplever du hållbarhetsarbetet i din roll?
5. Vilka är de viktigaste förutsättningarna för ert hållbarhetsarbete?
6. Känner du att du har tillräckligt med information om hållbarhetsarbetet på SPP?
7. Vad tror du driver hållbarhetsarbete på SPP?
8. Vad upplever du är den största utmaningen för hållbarhetsarbetet?

Bilaga 3

1. Berätta lite om dig själv och din arbetsroll, vem är du?
2. Vad är Storebrands främsta syfte?
3. Berätta om er strategi?
4. Vad grundar den sig i?
5. Vad påverkar investeringsbesluten/vad baseras de på?
6. Hur kommer det sig att ni jobbar så?
7. Har du något exempel på ett hållbarhetsinitiativ/beslut "påverkan"? Varför togs det?
8. Vad tror du driver er till att arbeta som ni gör? Vad motiverar er?
9. Vad är de viktigaste förutsättningarna för ert hållbarhetsarbete?
10. Vad upplever du att det finns utmaningar för ert hållbarhetsarbete? Vad är svårt?

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. Du hittar en länk till SLU:s publiceringsavtal på den här sidan:

- <https://libanswers.slu.se/sv/faq/228316>.

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.