



CHALMERS



Socialt värde i logistikens skugga

En studie om hur fastighetsutvecklare arbetar med att skapa socialt värde i logistikområden

Examensarbete inom kandidatprogrammet Affärsutveckling och entreprenörskap inom samhällsbyggnadsteknik

SARA NORDGREN
BIANCA ÖSTERLUND

INSTITUTIONEN FÖR ARKITEKTUR OCH SAMHÄLLSBYGGNADSTEKNIK

CHALMERS TEKNISKA HÖGSKOLA
Göteborg 2025
www.chalmers.se

EXAMENSARBETE ACEX20

Socialt värde i logistikens skugga

En studie om hur fastighetsutvecklare arbetar med att skapa socialt värde i
logistikområden

SARA NORDGREN
BIANCA ÖSTERLUND



CHALMERS

Institutionen för arkitektur och samhällsbyggnadsteknik
CHALMERS TEKNISKA HÖGSKOLA
Göteborg, 2025

Socialt värde i logistikens skugga

En studie om hur fastighetsutvecklare arbetar med att skapa socialt värde i logistikområden

BIANCA ÖSTERLUND

SARA NORDGREN

© BIANCA ÖSTERLUND & SARA NORDGREN, 2025

Institutionen för arkitektur och samhällsbyggnadsteknik

Avdelningen för avdelningen heter Construction Management and Engineering

Examinator: DANIELLA TROJE, Construction Management and Engineering

Handledare: SHAHIN SATEEI, Construction Management and Engineering

Externa handledare: HÅLLBARHETSCHEF & AFFÄRS- OCH FASTIGHETSCHEF,
Nordiskt logistikfastighetsföretag

Examensarbete ACEX20

Institutionen för arkitektur och samhällsbyggnadsteknik

Chalmers tekniska högskola

412 96 Göteborg

Telefon: +46 31-772 10 00

Omslagsbild: Bildmaterial från Byggnadsingenjör (Nordiskt logistikfastighetsföretag), tillhandahållet via personlig kommunikation (2025), används med tillstånd. Bilden illustrerar ett av Nordiskt logistikfastighetsföretags projekt.

Alla bilder, tabeller och figurer är framtagna av författarna om inte annat anges.

Institutionen för arkitektur och samhällsbyggnadsteknik

Göteborg 2025

Socialt värde i logistikens skugga

En studie om hur fastighetsutvecklare arbetar med att skapa socialt värde i logistikområden
Examensarbete inom kandidatprogrammet Affärsutveckling och entreprenörskap inom samhällsbyggnadsteknik

SARA NORDGREN

BIANCA ÖSTERLUND

Institutionen för arkitektur och samhällsbyggnadsteknik
Avdelningen Construction Management and Engineering
Chalmers tekniska högskola

Sammanfattning

Social hållbarhet håller på att etableras som ett centralt begrepp inom fastighetsbranschen. Trots denna utveckling präglas området fortfarande av en påtaglig begreppsmässig oklarhet, där avsaknaden av en vedertagen definition försvårar möjligheten för företag att arbeta strategiskt, följa upp insatser och utveckla enhetliga arbetssätt. Denna uppsats syftar till att undersöka hur företag verksamma inom logistikfastighetssektorn uppfattar social hållbarhet, på vilka sätt de integrerar sociala hållbarhetsaspekter i sin verksamhet samt hur de kan utveckla detta arbete i ett mer långsiktigt och strategiskt perspektiv.

Studien baseras på en kvantitativ enkätundersökning som besvarats av två konkurrerande logistikfastighetsföretag, och deras svar har därefter analyserats. För att fördjupa förståelsen av företagets arbete med social hållbarhet har även kvalitativa intervjuer genomförts. Resultaten visar att det råder ett växande intresse och en positiv utvecklingspotential för att arbeta med social hållbarhet inom logistikfastighetsbranschen. Detta kan i stor utsträckning förklaras med en ökad efterfrågan från hyresgäster, investerare och det omgivande samhället.

Samtidigt indikerar resultaten att insatserna riskerar att förbli fragmenterade i frånvaro av gemensamma riktlinjer, strukturer och definitioner. En intressant observation är att investeringar i social hållbarhet i vissa fall upplevs generera ekonomisk avkastning snabbare än motsvarande satsningar inom miljömässig hållbarhet. För att uppnå varaktiga effekter och skapa långsiktigt värde, både för verksamheten och för samhället i stort, krävs ett mer systematiskt och samordnat arbetssätt. Genom att formulera en tydlig färdplan, etablera gemensamma mål och definitioner, kan logistikfastighetsföretag stärka sin förmåga att integrera social hållbarhet som en naturlig och mätbar del av affärsstrategin.

Nyckelord: Affärsstrategi, Fitwel-certifiering, Logistikfastigheter, Mätbarhet av sociala insatser, Social Hållbarhet, Sociala indikatorer, Värdeskapande, WELL-certifiering.

Social value in the shadow of logistics

A study on how property developers work to create social value in logistics areas

Degree Project in the Bachelor's Program Business Development and Entrepreneurship

SARA NORDGREN

BIANCA ÖSTERLUND

Department of Architecture and Civil Engineering

Division of Construction Management

Chalmers University of Technology

Abstract

Social sustainability is becoming an increasingly central concept within the real estate sector. Despite this development, the field is still characterized by significant conceptual ambiguity, with the lack of a commonly accepted definition making it difficult for companies to work strategically, follow up on initiatives, and develop unified approaches. This thesis aims to explore how companies in the logistics real estate sector perceive social sustainability, how they integrate it into their operations, and how this work can be developed in a more long-term and strategic direction.

The study is based on a quantitative survey answered by two competing logistics real estate companies, with their responses subsequently analyzed. To deepen the understanding of their sustainability efforts, qualitative interviews were also conducted. The results indicate a growing interest and positive potential for working with social sustainability in the logistics real estate industry. This can largely be attributed to increased demand from tenants, investors, and the surrounding society.

At the same time, the findings suggest that efforts risk remaining fragmented in the absence of shared guidelines, structures, and definitions. An interesting observation is that investments in social sustainability are, in some cases, perceived to generate financial returns more quickly than corresponding investments in environmental sustainability. To achieve lasting impact and create long-term value, both for the business and society, a more systematic and coordinated approach is required. By developing a clear roadmap and establishing common goals and definitions, logistics real estate companies can strengthen their ability to integrate social sustainability as a natural and measurable part of their business strategy.

Keywords: Business strategy, Fitwel certification, Logistics real estate, Measurability of social initiatives, Social sustainability, Social indicators, Value Creation, WELL certification.

Förord

Detta kandidatarbete genomfördes under våren 2025 och omfattar 15 högskolepoäng. Arbetet utgör den avslutande delen av kandidatprogrammet i Affärsutveckling och entreprenörskap inom samhällsbyggnadsteknik vid Chalmers tekniska högskola.

Vi vill rikta ett varmt tack till vår handledare, Shahin Sateei, doktorand vid Institutionen för Construction Management på Chalmers, för hans värdefulla vägledning och stöd genom hela processen. Vi är också mycket tacksamma för de insikter och den hjälp vi fått från vår examinator, Daniella Troje.

Vidare vill vi uttrycka vår uppskattning till alla fastighetsbolag som tog sig tid att besvara vår enkät, samt till de företagsrepresentanter som generöst delade med sig av sin tid och expertis genom intervjuer. Ett stort tack riktas även till Björn Nordling och Linnéa Kraft för deras insiktsfulla granskning och värdefulla kommentarer under arbetets gång.

Slutligen vill vi framföra vår djupa tacksamhet till Nordiskt logistikfastighetsföretag, som vi har haft förmånen att samarbeta med i detta arbete. Ett särskilt tack till våra externa handledare för deras engagemang, stöd och vägledning genom hela processen, utan er hade detta examensarbete inte varit möjligt.

Bianca Österlund & Sara Nordgren, Göteborg, maj 2025

Begreppslista

Nedan presenteras en begreppslista med termer som tillämpas i rapporten.

CSR (Corporate Social Responsibility): Företags frivilliga integrering av socialt och miljömässigt ansvar i kärnverksamheten för att möta intressenternas förväntningar och bidra till hållbar utveckling.

CSV (Creating Shared Value): En affärsstrategi där företag skapar ekonomisk framgång genom att samtidigt bidra till samhällsnytta och lösa sociala eller miljömässiga utmaningar.

Certifieringssystem (t.ex. Fitwel, WELL, BREEAM, LEED): Dessa är viktiga verktyg för att arbeta med hållbarhet, särskilt sociala aspekter i byggnader.

Delat värde (Shared Value): Ett nyckelbegrepp i uppsatsen med tydlig koppling till strategi och hållbarhet.

Due Diligence: En noggrann granskning av ett objekt inför förvärv för att identifiera risker och möjligheter.

ESG (Environmental, Social, and Governance): Ett vanligt ramverk för att bedöma hållbarhetsinsatser hos företag, som också nämns i intervjuer.

Fastighetsvärdepåverkan: Hur olika åtgärder och investeringar påverkar en fastighets marknadsvärde.

Filantropi: Innebär att frivilligt bidra med resurser, oftast pengar eller tid, för att främja andras välfärd och stödja samhällsnyttiga ändamål.

Hygienfaktor: En grundläggande förutsättning som måste vara uppfylld men som inte nödvändigtvis skapar mervärde i sig.

Intressenter: Olika grupper som påverkar eller påverkas av en organisations verksamhet (t.ex. hyresgäster, kommuner, akademi).

Intressentdialog: Ett viktigt begrepp i arbetet med social hållbarhet där företag samverkar med olika aktörer, t.ex. kommuner och hyresgäster.

Konceptualisering: Begreppet används för att beskriva hur man tydliggör och definierar abstrakta termer som social hållbarhet i praktiken.

Kostnadseffektivitetsanalys: En metod för att utvärdera förhållandet mellan insatta resurser och uppnådda resultat

Markanvisningstävling: En process där kommuner utlyser mark för bebyggelse där olika aktörer kan tävla med sina projektförslag.

NGO: (Non-Governmental Organization) är en ideell och icke-statlig organisation som arbetar för samhällsnyttiga ändamål, ofta inom områden som mänskliga rättigheter, miljö eller utvecklingsbistånd.

Nytto-kostnadsanalys: En systematisk metod för att jämföra fördelar och kostnader av olika investeringar eller projekt

Sociala indikatorer: Används för att mäta och följa upp social hållbarhet; bör förklaras för att ge läsaren ett verktygsperspektiv.

Trygghetsvärd: Personal som arbetar med att öka trygghet och säkerhet i fastigheter och områden.

Triangulering: Innebär att flera metoder eller datakällor kombineras i en studie för att öka tillförlitligheten och ge en mer nyanserad bild av det undersökta fenomenet.

Värdeskapandekedja: En modell som används i teoridelen för att mäta insatsernas resultat.

Väsentlighetsanalys: En metod för att identifiera och prioritera viktiga hållbarhetsfrågor baserat på statistiska mätningar före och efter insatser.

Innehåll

Sammanfattning	v
Abstract	vii
Förord	ix
Begreppslista	xi
Innehåll	xii
1. Inledning	1
1.1 Bakgrund	2
1.1.1 Utmaningar i att mäta och implementera social hållbarhet	2
1.1.2 Social hållbarhet i fastighetsaffärsmodellen	5
1.2 Syfte och frågeställning	6
1.3 Avgränsningar	6
2. Metod	7
2.1 Metodval	7
2.2 Kvantitativ ansats	8
2.2.1 Urval	8
2.2.2 Enkätundersökning	9
2.2.3 AI-baserad kompletterande analys	9
2.3 Kvalitativ ansats	10
2.3.1 Deltagande respondenter	10
2.3.2 Intervjuguide och genomförande	10
2.3.2 Transkribering	11
2.2 Begränsningar med metodval	12
2.3 Etiska överväganden	12
2.4 Tillförlitlighet och reliabilitet	13
3. Teoretiskt ramverk	14
3.1 Konceptet av företags samhällsansvar	14
3.1.1 Definition av hållbarhet och företags samhällsansvar	14
3.1.1.1 Definition av CSR	15
3.1.1.2 Definition av social hållbarhet	15
3.1.2 Historisk utveckling av hållbar utveckling	16
3.1.3 Legitimitetsteorin och företagsansvar	18
3.1.4 Certifieringar	18
3.2 Värdeskapandeteori	19
3.2.1 Operationalisering och gränsdragning av delat värde	20
3.2.2 Värdeskapandekedjan	21
3.3 ”Broken window” teori	21

4. Resultat	24
4.1 Kvantitativa resultat	24
4.1.1 Enkät svar från Nordiskt logistikfastighetsföretag	24
4.1.2 Enkät svar från Internationellt logistikfastighetsföretag	26
4.2 Kvalitativa resultat	27
4.2.1 Intervjuer med anställda hos Nordiskt logistikfastighetsföretag	28
4.2.2 Intervjuer med andra aktörer inom fastighetsbranschen	29
5. Diskussion	33
5.1 Social hållbarhet som strategisk komponent i logistikfastighetsbranschens affärsutveckling	33
5.1.1 Företagens arbete med Social hållbarhet idag	38
5.2 Vilka drivkrafter och hinder finns för att integrera social hållbarhet i logistikföretags affärsmodeller?	39
5.2.1 Drivkrafter för att integrera social hållbarhet	39
5.2.1.1 Externa krav	40
5.2.1.2 Varumärkesprofilering	40
5.2.1.3 Ekonomisk avkastning	42
5.2.2 Hinder för att integrera social hållbarhet	43
5.2.2.1 Begreppet social hållbarhet	43
5.2.2.2 Bristen på uppföljningsverktyg	44
5.2.2.3 Framtiden	46
6. Slutsats	47
6.1 Framtida forskning	48
6.2 Praktiska implikationer	48
Litteraturförteckning	49
Bilaga A - Enkätundersökning	53
Bilaga B - Intervjuguide	57

1. Inledning

Social hållbarhet har blivit en allt viktigare aspekt inom fastighetsbranschen, särskilt i takt med att städer växer och samhällsutmaningar som segregation, bostadsbrist och trygghet får ökad uppmärksamhet. Bland de tre hållbarhetspelarna har den sociala dimensionen historiskt sett varit den minst konkretiserade, både inom forskning och i branschpraxis (Shirazi & Keivani, 2019). Till skillnad från miljömässig hållbarhet, där tydliga mätverktyg som energi klassificeringar och gröna certifieringar underlättar implementeringen, saknas en enhetlig standard för hur social hållbarhet ska definieras och utvärderas i fastighetssektorn.

En avgörande utmaning för att integrera social hållbarhet i fastighetssektorn är att det ofta bygger på mjuka värden såsom trygghet, gemenskap och jämlikhet, faktorer som är svåra att kvantifiera och därmed komplicerade att inkludera i traditionella ekonomiska beslutsmodeller (Gustavsson & Elander, 2014). Detta leder till en osäkerhet inom branschen, där många aktörer upplever problem med att motivera investeringar i socialt hållbara initiativ utan tydliga belägg för deras inverkan på fastigheters marknadsvärde och avkastning (Sayce & Sundberg, 2009).

Samtidigt visar forskning att social hållbarhet inte enbart är en etisk eller samhällelig angelägenhet, utan även en strategisk faktor som kan påverka områdets långsiktiga attraktivitet och stabilitet (Colantonio & Dixon, 2011). I praktiken har det dessutom blivit allt tydligare att vissa sociala insatser kan ge en relativt omedelbar ekonomisk avkastning. Till exempel kan förbättrade arbetsmiljöer snabbt leda till minskad sjukfrånvaro, ökad produktivitet och lägre personalomsättning, faktorer som direkt påverkar både hyresgästens effektivitet och fastighetsägarens ekonomiska resultat.

Detta bidrar till att social hållbarhet i allt högre grad ses som en konkurrensfaktor, särskilt i en bransch där efterfrågan på attraktiva och välfungerande arbetsmiljöer växer. I samtal med branschaktörer framkommer att denna utveckling även påverkas av ökade krav från hyresgäster, som i allt större utsträckning efterfrågar sociala kvaliteter i både byggnader och omkringliggande miljöer.

1.1 Bakgrund

En av de mest välkända definitionerna av hållbar utveckling formulerades i Brundtlandrapporten (1987) och betonar vikten av att tillgodose dagens behov utan att äventyra framtida generationers möjligheter att uppfylla sina egna. Denna definition har haft stor genomslagskraft, men har också kritiserats för att vara alltför bred och svår att omsätta i praktiken (Redclift, 2005).

I senare tolkningar har fokus i högre grad förskjutits mot att konkretisera hållbarhetsmålen genom tydliga och mätbara indikatorer, till exempel sociala initiativ och insatser för ökad gemenskap i stads- och fastighetsutveckling. Shirazi och Keivani (2019) understryker vikten av att operationalisera hållbarhet genom specifika mål, inom de tre dimensionerna, social, ekonomisk och miljömässig, anpassade till lokala förutsättningar.

Begreppet "social hållbarhet" är dessutom dynamiskt och förändras över tid, vilket gör det nödvändigt att anpassa och tydliggöra dess innebörd i olika sammanhang (Stender & Walter, 2019). Trots ett växande intresse och en förskjutning i synsätt kvarstår fortfarande många oklarheter och brister i både definitionen och den praktiska implementeringen av social hållbarhet.

1.1.1 Utmaningar i att mäta och implementera social hållbarhet

Trots den växande insikten om den sociala hållbarhetens betydelse kvarstår en av de största utmaningarna: hur dess effekter ska mätas och implementeras på ett systematiskt sätt. Enligt Folkhälsomyndigheten (2018) är social hållbarhet en central faktor för både samhällsekonomisk utveckling och demokratiska processer, men bristen på en tydlig och allmänt accepterad definition gör det svårt att klargöra begreppet i praktiken. Detta står i kontrast till ekologisk hållbarhet, där fastighetsbranschen har etablerade ramverk och juridiska riktlinjer som styr arbetet, såsom EU:s taxonomi och nationella miljöcertifieringar (Energimyndigheten, 2018). En ytterligare svårighet är den förändrade maktfördelningen mellan kommuner och fastighetsaktörer. Tidigare har ansvaret för social hållbarhet i stadsutveckling huvudsakligen legat på offentliga institutioner, men Lohmann och Wahlstedt (2015) påpekar att fastighetsbolag i allt större utsträckning förväntas ta en aktiv roll i att främja socialt hållbara miljöer.

Detta sker bland annat genom markanvisningar och detaljplanekrav, där kommuner styr hur sociala aspekter ska integreras i byggprojekt. Samtidigt innebär denna utveckling en risk för att social hållbarhet blir en sekundär fråga, beroende av fastighetsföretagens affärsstrategier och ekonomiska incitament.

Ett annat hinder är att de sociala aspekterna av hållbarhet ofta anpassas till en viss socioekonomisk grupp snarare än att omfatta hela samhället. Forskning visar att stadsutvecklingsprojekt ofta utgår från medelklassens behov och livsstilar, medan marginaliserade grupper har mindre inflytande över beslut som påverkar deras livsmiljöer (Anguelovski et al., 2023). Detta skapar en risk för att social hållbarhet blir en exklusiv strategi snarare än inkluderande strategi. För att komma över dessa utmaningar krävs en mer nyanserad förståelse av social hållbarhet och tydligare riktlinjer för dess praktiska tillämpning inom fastighetssektorn.

Tabell 1 visar en sammanställning av faktorer som bidrar till urban social hållbarhet, indelade i icke-fysiska faktorer (t.ex. social rättvisa, delaktighet, gemenskap) och främst fysiska faktorer (t.ex. tillgänglighet, hållbar stadsdesign, attraktiv offentlig miljö). En central utmaning i arbetet med social hållbarhet är att många av de icke-fysiska faktorerna är svåra att mäta och kvantifiera, eftersom de ofta är subjektiva och kontextberoende. Detta försvårar både implementeringen och uppföljningen av sociala hållbarhetsmål i stadsplanering och policyarbete.

Icke - fysiska faktorer	Främst fysiska faktorer
Utbildning och träning	Urbanitet
Social rättvisa: mellan och inom generationer	Attraktiv offentlig miljö
Deltagande och lokal demokrati	Anstäniga bostäder
Hälsa, livskvalitet och välmående	Lokal miljö kvalitet och bekvämligheter
Social inkludering (och utrotning av social exkludering)	Tillgänglighet
Socialt kapital	Hållbar stadsdesign
Gemenskap	Grannskap
Säkerhet	Gångvänligt område
Blandad boendeform	
Rättvis inkomstfördelning	
Social ordning	
Social sammanhållning	
Gemenskapssammanhållning	
Social nätverk	
Social interaktion	
känsla av gemenskap och tillhörighet	
Sysselsättning	
Bostatsstabilitet	
Aktiva samhällsorganisationer	
Kulturella traditioner	

Tabell 1: Urban social hållbarhet: Bidragande faktorer som identifierats i litteraturöversikten (utan särskild ordning), (Smith & Brown, 2023).

1.1.2 Social hållbarhet i fastighetsaffärsmodellen

Att integrera social hållbarhet i en affärsmodell är avgörande för att säkerställa långsiktig framgång och positiv samhällspåverkan. Enligt rapporten *"Social hållbarhet i fastighetsbranschen"* från PwC Sverige (Nachemson-Ekwall, 2022) har Brunswick Real Estate (BRE), ett nordiskt investmentbolag inom fastighetssektorn, beslutat att alla deras fastighetsinvesteringar ska genomgå en social hållbarhetsanalys, liknande den tekniska due diligence som redan är standard vid förvärv. Denna analys ger BRE insikt i områdets samhällsutveckling, demografi, sociala sammansättning samt platsens historia och identitet.

Genom att inkludera dessa aspekter redan i förvärvsprocessen kan fastighetsbolaget identifiera och hantera sociala risker, främja positiva sociala effekter och därmed stärka både sitt varumärke och sin ekonomiska hållbarhet. Detta arbete kan bidra till att minska risken för socialt utanförskap, öka tryggheten i bostadsområden och skapa mer långsiktigt attraktiva investeringsobjekt.

Eftersom fastighetsförvärv innebär betydande kapitalinvesteringar kan det vara en strategisk fördel att säkerställa att den sociala hållbarheten är en del av beslutsunderlaget. Genom att systematiskt inkludera sociala faktorer i förvärvsprocessen kan fastighetsbolag inte bara minska risker utan även skapa mervärde genom att bidra till samhällsutveckling. Att ta hänsyn till sociala hållbarhetsaspekter i fastighetsförvärv är således inte bara en etisk och samhällsrelaterad skyldighet utan också en ekonomisk möjlighet för fastighetsbolag att positionera sig på en allt mer hållbarhetsmedveten marknad.

1.2 Syfte och frågeställning

Syftet med denna studie är att undersöka hur logistikfastighetsföretag integrerar social hållbarhet i sina affärsmodeller, samt att fördjupa förståelsen för hur synen på social hållbarhet utvecklas inom branschen över tid. Det särskilda fokuset på den sociala dimensionen av hållbarhet motiveras av att detta område historiskt sett har fått mindre uppmärksamhet än de ekonomiska och miljömässiga aspekterna. Samtidigt har intresset ökat markant i takt med att både investerare och hyresgäster ställer högre krav på socialt ansvarstagande inom fastighetsförvaltning, vilket gör ämnet både aktuellt och samhällligt relevant.

Examensarbetet ämnar att besvara följande frågeställningar:

1. *På vilka sätt kan logistikfastighetsaktörer arbeta med social hållbarhet som en del av sin affärsstrategi?*
2. *Vilka drivkrafter och hinder finns för att integrera social hållbarhet i logistikföretags affärsmodeller?*

1.3 Avgränsningar

Denna studie utgår från Brundtlandrapportens (1987) definition av hållbar utveckling som ”...utveckling som tillgodoser dagens behov utan att äventyra framtida generationers möjligheter att tillgodose sina behov.” Med detta som grund fokuserar studien på hur logistikfastighetsföretag kan integrera, tillämpa och utvärdera social hållbarhet som en del av sin affärsstrategi.

Studien avgränsas till kommersiella aktörer inom fastighetsbranschen, vilket innebär att kommunala eller offentliga perspektiv inte behandlas. Merparten av respondenterna har sin huvudsakliga verksamhet i Sverige och Norden.

Vidare är studien avgränsad till att analysera drivkrafter och hinder kopplade specifikt till social hållbarhet. Den behandlar inte fördjupat de potentiella synergier mellan social, miljömässig och ekonomisk hållbarhet, även om sådana kopplingar kan förekomma i respondenternas resonemang.

2. Metod

Följande kapitel redogör för den forskningsansats, undersökningsstrategi och metodik som använts för att undersöka hur logistikfastighetsföretag arbetar med, integrerar och utvärderar social hållbarhet inom sina affärsmodeller. Valet av metoder har baserats på relevant vetenskaplig litteratur och beprövade tillvägagångssätt inom kvalitativ och kvantitativ samhällsvetenskaplig forskning, med målet att uppnå en systematisk och tillförlitlig analys. Kapitlet presenterar både det praktiska tillvägagångssättet för datainsamling genom enkäter och intervjuer, samt de teoretiska överväganden som legat till grund för metodvalen. Avslutningsvis behandlas studiens validitet och reliabilitet samt eventuella metodologiska begränsningar.

2.1 Metodval

Mot bakgrund av studiens syfte har en metodansats valts som möjliggör insikter på flera nivåer: från övergripande branschmönster till specifika affärsstrategier. För att belysa ämnet ur flera perspektiv har en mixed-methods-design valts, där kvantitativa och kvalitativa metoder kombineras i en sekventiell strategi (Denscombe, 2017). Denna kombination möjliggör både en bred översikt över generella mönster och en djupare förståelse för bakomliggande mekanismer och tolkningar. Inledningsvis används en deduktiv ansats för att testa ett teoretiskt ramverk genom en kvantitativ enkätundersökning. Därefter följer en kvalitativ fas med syftet att fördjupa och kontextualisera resultaten genom intervjuer.

Den sekventiella designen innebär att den kvantitativa datainsamlingen fungerar som en grund för att identifiera mönster, som sedan utforskas mer ingående i den kvalitativa delen (Denscombe, 2017). På så vis stärks både validiteten och den analytiska bredden i studien, vilket är särskilt viktigt inom ett område där definitioner och tillämpningar kan variera mellan olika aktörer och kontexter. Metodvalet möjliggör därmed en djupare förståelse för hur social hållbarhet konkret påverkar affärsbeslut, investeringar och utvecklingsstrategier i logistikfastighetsbranschen.

2.2 Kvantitativ ansats

Den kvantitativa delen av studien bygger på en enkätundersökning med syfte att fånga hur social hållbarhet uppfattas och tillämpas inom logistikfastighets sektorn. Genom att använda enkäter möjliggjordes insamling av större datamängder på ett tidseffektivt sätt, samtidigt som metoden lämpar sig väl för statistisk analys av samband mellan nyckelvariabler relaterade till social hållbarhet (Bryman, 2020).

Frågeformuläret distribuerades via e-post och bestod huvudsakligen av påståenden enligt en sjugradig Likertskala (1 = helt oenig, 7 = helt enig), vilket skapade förutsättningar för att nyansera respondenternas inställningar. För att öka validiteten och möjliggöra jämförelser med tidigare studier baserades frågorna på en befintlig enkät, som anpassades till studiens syfte. Formuläret kompletterades även med öppna frågor för att fånga mer kvalitativa aspekter. Den kvantitativa delen har ett förklarande syfte, där fokus ligger på att undersöka orsak-verkan-relationer mellan centrala begrepp inom social hållbarhet.

2.2.1 Urval

Urvalet av respondenter gjordes med ett explorativt och målinriktat angreppssätt, där fokus låg på att identifiera personer med särskild insyn i organisationernas arbete med social hållbarhet. Studien inkluderade medarbetare från två fastighetsbolag verksamma inom logistikfastigheter, Nordiskt logistikfastighetsföretag samt ett ytterligare företag. Målgruppen avgränsades till personer med roller inom hållbarhet, företagsutveckling och fastighetsförvaltning, eftersom dessa yrkesgrupper bedöms ha central kunskap om hur sociala hållbarhetsaspekter integreras i verksamheten.

Det målinriktade urvalet motiveras av studiens syfte att fördjupa förståelsen för strategiskt hållbarhetsarbete inom en specifik del av fastighetsbranschen. Explorativa urval används vanligtvis i kvalitativa studier för att säkerställa att de som intervjuas har erfarenheter som är relevanta för det fenomen som undersöks (Bryman, 2020).

2.2.2 Enkätundersökning

Syftet med enkätundersökningen var att kartlägga hur medarbetare uppfattar, definierar och arbetar med social hållbarhet inom respektive organisation. Undersökningen inkluderade även frågor kring hur framtida regleringar inom området påverkar bolagens strategier, samt vilka utmaningar och möjligheter som identifieras och syftade även till att identifiera gemensamma nämnare och eventuella skillnader i strategier och tillvägagångssätt mellan bolagen.

Denna metod möjliggjorde en nyanserad bedömning av respondenternas uppfattningar och erfarenheter. Genom att kombinera skalfrågor med öppna svar kunde studien fånga både återkommande mönster och nyanserade variationer i hur social hållbarhet uppfattas och tillämpas inom branschen (se Bilaga A).

Det förekom vissa begränsningar i tillgången till respondenter, främst på grund av praktiska hinder, vilket påverkade mängden insamlad data. Totalt inkom 32 enkätsvar, varav 26 från Nordiskt logistikfastighetsföretag och 6 från ett internationellt logistik fastighetsföretag. Det relativt låga antalet svar från det internationellt logistik fastighetsföretaget innebär att materialet därifrån inte är statistiskt jämförbart. Trots detta har svaren bidragit med kvalitativa insikter som varit värdefulla för att besvara studiens frågeställning.

För att öka svarsfrekvensen och minimera bortfall utformades enkäten för att ta maximalt 7 minuter att genomföra, en tidsram som forskning kommit fram till är en optimal tidsgräns för att behålla respondenternas engagemang (SurveyMonkey, u.å.). Någon fast deadline för svaren sattes inte initialt, men en påminnelse skickades ut för att öka svarsfrekvens. På grund av tidsramen för studien avslutades insamlingen den 28 mars 2025.

2.2.3 AI-baserad kompletterande analys

För att komplettera den manuella tematiska analysen användes analysverktyget *Julius AI*, som tillämpar artificiell intelligens för att effektivisera tolkningen av kvantitativ data. Verktyget användes främst för att identifiera statistiska mönster, analysera korrelationer och signifikans, samt för att visualisera resultat i form av grafer kopplade till enkätdata. Syftet med att inkludera ett AI-baserat verktyg var att minska risken för subjektiva tolkningar, effektivisera den inledande analysprocessen och säkerställa att inga väsentliga insikter förbises.

2.3 Kvalitativ ansats

Den kvalitativa delen bygger på att fånga nyanserade perspektiv och förståelser från intervjuade aktörer, vilket ger en djupare insikt i hur social hållbarhet uppfattas och tillämpas inom fastighetsbranschen. Den kvalitativa delen av studien bygger på en serie semistrukturerade intervjuer med aktörer från både fastighetsbranschen och den offentliga sektorn, i syfte att samla in djupgående kunskap om hur social hållbarhet uppfattas, definieras och tillämpas inom logistikfastighetsaktörer.

2.3.1 Deltagande respondenter

Totalt genomfördes 13 intervjuer, vilket möjliggjorde en bred och nyanserad insyn i ämnet. Sju av dessa intervjuer utfördes med medarbetare från ett Nordiskt logistikfastighetsföretag och sex av intervjuerna utfördes med representanter från relevanta aktörer inom fastighetsbranschen. Urvalet av intervjupersoner baserades på deras expertis och erfarenhet av social hållbarhet i affärsmodeller och förvärvsprocesser.

Urvalsmetoden som användes var målinriktat urval (purposive sampling), vilket innebär att respondenter väljs ut baserat på sin särskilda kunskap eller relevans i förhållande till forskningsfrågan. Denna metod är särskilt lämplig i kvalitativa studier där syftet är att fånga djupgående förståelse snarare än att generalisera till en större population (Bryman, 2020).

2.3.2 Intervjuguide och genomförande

För att säkerställa struktur och jämförbarhet i den kvalitativa datainsamlingen togs en intervjuguide fram (Bilaga B), baserad på studiens forskningsfrågor och det teoretiska ramverket. Guiden inleddes med en kort text som lästes upp för samtliga respondenter, där studiens syfte och upplägg förklarades. Det betonades att deltagandet var frivilligt, att svaren hanterades konfidentiellt och att uppgifterna endast användes inom ramen för studien. Samtycke till ljudinspelning efterfrågades innan intervjun påbörjades.

Intervjuguiden innehöll 22 frågor kopplade till studiens frågeställningar och användes i en semistrukturerad intervjuiserie. Samtliga respondenter besvarade samma grundläggande frågor, men utrymme gavs för följdfrågor och fördjupning. Denna metod möjliggjorde både strukturerad jämförbarhet och flexibilitet i samtalet, vilket enligt Patel och Davidson (2003) stärker tillförlitligheten i kvalitativ forskning.

En nyckelfråga som ställdes tidigt i varje intervju var: "Vad är social hållbarhet för dig?", en medvetet vald fråga med syftet att fånga respondenternas egna tolkningar av ett begrepp som saknar en allmänt vedertagen definition (Stender & Walter, 2019; Shirazi & Keivani, 2019). Genom att låta respondenterna själva definiera social hållbarhet kunde studien fånga de subjektiva och kontextbundna betydelser som präglar dess tillämpning i praktiken.

Intervjuerna genomfördes av rapportförfattarna, en som ledde samtalet och en som antecknade, och samtliga samtal spelades in för att möjliggöra noggrann transkribering i efterhand.

2.3.2 Transkribering

Ljudfilerna från intervjuerna transkriberades med hjälp av Chalmers AI. Transkriberingen kombinerades med anteckningar för att säkerställa att all relevant information bevarades. För att respektera respondenternas anonymitet har både företags- och personnamn anonymiserats i rapporten och redovisas som respondenter i tabell 2 och 3.

Företag	Roll	Datum vid genomförande	Längd på intervjun
Nordiskt Logistik Fastighets- företag	Affärs - och fastighetschef	7/4-2025	64 min
Nordiskt Logistik Fastighets- företag	Projektutvecklare	9/4-2025	52 min
Nordiskt Logistik Fastighets- företag	Byggnadsingenjör	8/5-2025	26 min
Nordiskt Logistik Fastighets- företag	Affärsutvecklingschef	26/3-2025	62 min
Nordiskt Logistik Fastighets- företag	Regionchef	16/3-2025	58 min
Nordiskt Logistik Fastighets- företag	Hållbarhetsspecialist	8/4-2025	23 min
Nordiskt Logistik Fastighets- företag	Kommersiell förvaltare	7/4-2025	28 min

Tabell 2: Intervju med relevanta representanter från Nordiskt Logistikfastighetsföretag

Företag	Roll	Datum vid genomförande	Längd på intervjun
Kommunalt logistik fastighets-företag	Etableringschef	27/3 - 2025	36 min
Internationellt logistik fastighetsföretag	Head of Development Management Nordics	10/4 - 2025	29 min
Kommersiellt fastighetsbolag	Hållbarhetschef	17/4-2025	57 min
Fastighetsbolag	Hållbarhetsansvarig	23/4 - 2025	23 min
Fastighets Stiftelse	Projekt- och hållbarhetschef	30/4 - 2025	1h 3 min
Fastighets Stiftelse	HR - chef	30/4 - 2025	1h 3 min
Fastighetskonsults-bolag	Team Manager - Strategisk Hållbarhet	30/4 - 2025	32 min

Tabell 3: *Intervjuer med relevanta aktörer inom fastighetsbranschen.*

2.2 Begränsningar med metodval

En potentiell begränsning med den valda metoden är att enkäter riskerar att ge ytliga svar, vilket kan påverka validiteten av de kvantitativa resultaten. En annan utmaning är att intervjuerna baseras på ett relativt litet urval, vilket kan minska generaliserbarheten av resultaten. Dessutom kan respondenternas subjektiva tolkningar av social hållbarhet påverka svarens konsistens. För att hantera dessa begränsningar har triangulering använts genom att kombinera olika metoder och datakällor, vilket ökar studiens trovärdighet och reliabilitet.

2.3 Etiska överväganden

Studien har genomförts i enlighet med forskningsetiska riktlinjer för att säkerställa deltagarnas integritet och rättigheter. Alla respondenter informerades om studiens syfte, hur deras data skulle användas och att deltagandet var frivilligt. Intervjuerna spelades endast in efter deltagarnas samtycke, och all data har anonymiserats för att skydda deltagarnas identitet. Studien strävar efter att presentera resultaten på ett transparent och objektiva sätt, utan att förvränga eller selektivt rapportera data.

2.4 Tillförlitlighet och reliabilitet

Tillförlitlighet är en grundläggande förutsättning för att studiens resultat ska uppfattas som konsistenta, trovärdiga och användbara. Genom att tillämpa en systematisk forskningsdesign och noggrant dokumenterade metoder har risken för partiskhet och godtyckliga tolkningar minimerats. Detta avsnitt beskriver de åtgärder som vidtagits för att säkerställa studiens stabilitet och upprepningsbarhet.

Reliabilitet, det vill säga graden av överensstämmelse vid upprepade mätningar med samma metod, har säkerställts genom att använda standardiserade processer i både den kvantitativa och den kvalitativa delen av studien. Den kvantitativa datainsamlingen genomfördes med hjälp av strukturerade enkäter, vars frågor utgick från etablerade teoretiska modeller för att uppnå hög precision och jämförbarhet. I den kvalitativa delen användes semistrukturerade intervjuer, där en intervjuguide säkerställde att samtliga teman och frågeställningar behandlades på ett konsekvent sätt, samtidigt som flexibilitet fanns för att fånga nyanserade svar.

För att ytterligare stärka reliabiliteten användes triangulering, det vill säga en kombination av flera datakällor och metoder, vilket minskar risken för en ensidig bild av det undersökta fenomenet och stärker studiens trovärdighet.

3. Teoretiskt ramverk

I detta kapitel presenteras det teoretiska ramverket som är relevant för studien. Syftet med kapitlet är att ge en teoretisk bakgrund till varför och hur fastighetsbolag arbetar med social hållbarhet. Dessutom behandlas teorier om lärande som är relevanta för fastighetsbolagens utvärderings- och utvecklingsprocess.

3.1 Konceptet av företags samhällsansvar

Företags samhällsansvar (CSR) är ett centralt begrepp i diskussionen om hur företag ska förhålla sig till sociala, miljömässiga och etiska krav från samhället. I detta avsnitt presenteras CSR:s historiska rötter, teoretiska utveckling och koppling till hållbarhetsbegreppet. Fokus ligger särskilt på hur CSR har utvecklats från filantropi till en strategisk komponent i företags affärsmodeller (Carroll, 1999; Camilleri, 2017), samt hur begreppet legitimeras genom samhälleliga förväntningar och certifieringssystem (International Organization for Standardization, 2010).

3.1.1 Definition av hållbarhet och företags samhällsansvar

Begreppen *hållbarhet* och *Corporate Social Responsibility* (CSR) är nära sammanlänkade och centrala för diskussionen om företags samhällsansvar (Carroll, 1991). För att tydliggöra studiens fokus på social hållbarhet klargörs här hur begreppen förstås.

Trots att hållbarhet är ett vanligt förekommande begrepp inom näringsliv, media och politik, används det ofta på olika sätt. I fastighetsbranschen förekommer exempelvis uttryck som ”hållbar hyresutveckling” eller ”hållbar inkomstström”, vilka i praktiken syftar på ekonomisk uthållighet snarare än hållbar utveckling i en bredare mening.

Denna studie utgår från Brundtlandrapportens (1987) definition:

”...utveckling som tillgodoser dagens behov utan att äventyra framtida generationers möjligheter att tillgodose sina behov.”

I ett företags sammanhang innebär detta att hållbarhet ska integrera affärsverksamheten med socialt, ekonomiskt och miljömässigt ansvar.

3.1.1.1 Definition av CSR

CSR utgår från idén att företag, staten och samhället är ömsesidigt beroende, i kontrast till aktieägarvärdeteorin där dessa aktörer betraktas som separata (Wood, 1991). Begreppet CSR har funnits sedan mitten av 1900-talet, och en av de tidigaste definitionerna ges av McGuire (1963), som menade att företag inte bara har ekonomiska och juridiska skyldigheter, utan även ett samhällligt ansvar bortom dessa.

Trots omfattande forskning har ingen entydig definition av CSR etablerats. Dahlsrud (2008) analyserade 37 olika definitioner och identifierade fem återkommande dimensioner:

- ❖ Miljömässig: Hållbar resursanvändning och begränsad miljöpåverkan
- ❖ Social: Rättvisa arbetsvillkor och respekt för mänskliga rättigheter
- ❖ Ekonomisk: Ekonomisk stabilitet och affärsetik
- ❖ Intressentfokus: Samverkan med anställda, kunder och samhälle
- ❖ Frivillighet: Åtgärder utöver vad lagen kräver

Den frivilliga dimensionen är särskilt central: CSR handlar om att ta ansvar utöver lagstadgade minimikrav (European Commission, 2011). Att endast följa lagen betraktas inte som CSR, utan som grundläggande regelefterlevnad. Samtidigt visar utvecklingen efter år 2000 att den miljömässiga dimensionen fått ökad tyngd, vilket speglar hur samhällets förväntningar på företag förändras över tid (Carroll & Shabana, 2010).

3.1.1.2 Definition av social hållbarhet

Begreppet social hållbarhet har fått stort genomslag, vilket bland annat illustreras av att en enkel Google-sökning genererar över 18 miljoner träffar (Google, 2025). Trots begreppets centrala roll i hållbarhetsdebatten råder det ingen enhetlig definition av social hållbarhet, vilket ofta lyfts fram som en utmaning i såväl forskning som praktik (Bramley & Power, 2009; Dempsey et al., 2011; Olsson, 2012). Begreppet är starkt kontextberoende och bör förstås som ett orienterings ramverk snarare än ett strikt mätbart mål (Olsson, 2012). För att begreppet ska kunna operationaliseras i konkreta utvecklingsprojekt krävs därför ett genomtänkt angreppssätt.

Ett sätt att närma sig social hållbarhet i praktiken är genom konceptualisering, det vill säga att klargöra begreppets innebörd i ett visst sammanhang. Detta kan ske genom exempelvis utveckling av sociala indikatorer, som syftar till att identifiera relevanta aspekter såsom jämlikhet, inkludering, trygghet och delaktighet (Foot & Ross, 2004). En gemensam förståelse bland involverade aktörer är avgörande för att minska risken för konflikter mellan olika tolkningar. Därför är det viktigt att ramverk och riktlinjer för social hållbarhet utformas i dialog, snarare än att påtvingas uppifrån.

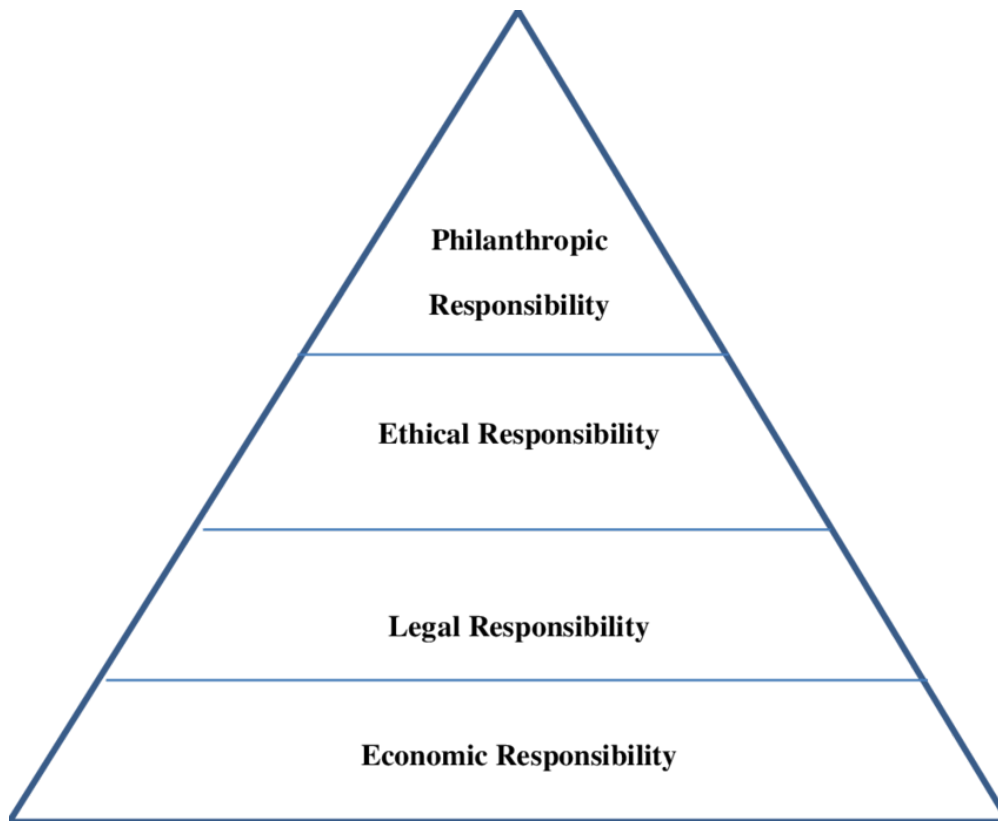
Boström (2012) påpekar att själva processen att definiera och diskutera social hållbarhet i sig ska fungera som en drivkraft för att integrera dessa frågor i praktiken. Genom konceptualisering stärks förutsättningarna för att hållbarhets ambitioner också omsätts i konkreta handlingar, särskilt när dessa kopplas till strukturer som certifieringar, policyer och projektmål.

3.1.2 Historisk utveckling av hållbar utveckling

För att förstå hållbar utveckling och CSR är det viktigt att sätta dagens diskussion i ett historiskt sammanhang. Van Marrewijk (2003) beskriver hur samhällsnormer och värderingar traditionellt har formats av politiska eliter och regeringar. I takt med industrialisering och teknologisk utveckling fick näringslivet ett allt större inflytande, vilket både skapade nya välfärdsmöjligheter och bidrog till ökade miljöproblem och sociala klyftor. Samtidigt ledde de teknologiska framstegen till högre produktivitet och förbättrad levnadsstandard, särskilt i utvecklade länder, vilket i sin tur stärkte civilsamhällets roll. Demokratins framväxt innebar också att företag i allt högre grad behövde förhålla sig till nya krav på socialt och miljömässigt ansvarstagande.

Idag står företag under ökad granskning från civilsamhället, NGO:er och andra intressegrupper som påverkar deras verksamhet (OECD, 2024). Den snabba och tillgängliga kommunikationen gör det lättare att avslöja oetiska affärsmetoder, samtidigt som konsumenterna i allt högre grad förväntar sig etiskt och hållbart producerade varor (Svensk Handel, 2024). Det medför att företag i större utsträckning hålls ansvariga för arbetsvillkor och miljöpåverkan genom hela leverantörskedjan.

För att förklara hur företag hanterar dessa förändrade förväntningar introducerade Carroll (1991) den så kallade CSR-pyramiden, som illustrerar olika nivåer av företagsansvar, från ekonomiskt ansvar till etiskt och filantropiskt engagemang.



Figur 1: Modell för CSR-pyramiden, illustrerar olika nivåer av företagsansvar.

CSR-pyramiden består av fyra nivåer:

1. **Ekonomiskt ansvar:** Grunden för CSR, där företag måste vara lönsamma.
2. **Juridiskt ansvar:** Följa lagar och regler.
3. **Etiskt ansvar:** Agera i linje med samhällets förväntningar, även om de inte är lagstadgade.
4. **Filantropiskt ansvar:** Bidra till samhället genom frivilliga insatser.

Tidiga tolkningar av CSR betonade filantropi och sammanförde övriga aspekter under etik. Idag krävs en mer specifik och strategisk definition av CSR, vilket behandlas i nästa avsnitt. En central del i denna diskussion är hur företag legitimerar sitt ansvar och sin påverkan på samhället.

3.1.3 Legitimitetsteorin och företagsansvar

Under det senaste decenniet har legitimitetsteorin fått stort genomslag inom olika forskningsfält, särskilt inom studier av social och miljömässig redovisning. Teorin bygger på att organisationers existens är beroende av ett socialt kontrakt där de förväntas leverera samhällsnytta i utbyte mot makt och legitimitet (Shocker & Sethi, 1973). För att säkerställa långsiktig överlevnad måste företag både vara ekonomiskt hållbara och vinna samhällets godkännande. Legitimitetsteorin följer ett systemorienterat synsätt, där organisationer ses som en del av ett större samhällssystem snarare än isolerade enheter fokuserade enbart på intern effektivitet och tillväxt (Hurst, 1970).

I en demokratiskt styrd samhällsstruktur är kontinuerlig omprövning av företags rättigheter och skyldigheter nödvändig, vilket innebär att företag ständigt måste anpassa sig till en föränderlig omvärld (Epstein, 1972). Den ökade granskningen av organisationer har ytterligare stärkt legitimitetsteorins relevans, då den belyser vikten av att företag inte bara påverkar sin omgivning utan också själva påverkas av den.

3.1.4 Certifieringar

Miljö- och hållbarhetscertifieringar kan ses som en del av företags ansvar att bidra till en hållbar samhällsutveckling. Inom bygg- och fastighetssektorn är dessa certifieringar idag ett viktigt verktyg för att systematiskt arbeta med och kommunicera hållbarhetsinsatser. Certifieringssystem som Miljöbyggnad, BREEAM, LEED och WELL har länge dominerat marknaden, och används för att säkerställa att byggnader uppfyller krav inom energi, material, resursanvändning och inomhusmiljö (WSP, 2024). Inom ramen för hållbar utveckling har dessa system successivt integrerat fler indikatorer kopplade till social hållbarhet, såsom hälsa, trivsel, tillgänglighet och trygghet.

Ett certifieringssystem som har ett särskilt tydligt fokus på social hållbarhet är Fitwel. Det är ett amerikanskt system utvecklat av U.S. Centers for Disease Control and Prevention (CDC) tillsammans med General Services Administration (GSA), och administreras idag av Center for Active Design (WSP, 2024). Fitwel syftar till att förbättra människors hälsa och välbefinnande i den byggda miljön, både på arbetsplatser och i bostäder.

Certifieringen bygger på evidensbaserade strategier för bland annat fysisk aktivitet, tillgång till grönområden, social interaktion, kost, mental hälsa och minskad exponering för skadliga ämnen.

Fitwel bedömer byggnader utifrån ett poängsystem där varje åtgärd kopplas till vetenskapliga resultat om folkhälsa (WSP, 2024). Till skillnad från flera andra certifieringar har Fitwel en låg tröskel för implementering och är avsedd att vara användarvänlig, vilket underlättar spridning även bland mindre fastighetsaktörer. Dess tydliga koppling till sociala värden gör att systemet ofta används som ett verktyg för att visa hur fastighetsutveckling kan bidra till social hållbarhet, exempelvis genom att främja jämlik hälsa och minska skillnader i livsvillkor.

Genom att tillämpa certifieringar som Fitwel och WELL får fastighetsägare och utvecklare inte bara vägledning i hur de kan skapa mer inkluderande och hälsosamma miljöer, utan också ett konkret sätt att kommunicera sina sociala ambitioner till investerare, hyresgäster och samhället.

3.2 Värdeskapandeteori

Porter och Kramer (2011) introducerade begreppet delat värde (shared value) för att skapa ekonomiskt värde som samtidigt genererar fördelar för både företag och samhälle genom att adressera dess behov och utmaningar. Enligt författarna är det avgörande att företag återknyter sin framgång till social utveckling. De menar dock att företag och samhälle alltför länge har ställts mot varandra, vilket delvis kan förklaras av den neoklassiska ekonomiska teorin. Denna teori har legitimerat uppfattningen att företag måste begränsa sin ekonomiska framgång för att kunna bidra till samhällsnytta.

Ett relaterat begrepp är externalitet, vilket leder till liknande slutsatser (Porter & Kramer, 2011). Externaliteter uppstår när företag inte behöver bära den fulla kostnaden för sina handlingar, såsom vid miljöföroreningar. Som en konsekvens av detta inför samhället regleringar, påföljder och skatter för att säkerställa att företag internaliserar dessa kostnader. Denna process påverkar särskilt företag som i stor utsträckning exkluderar sociala och miljömässiga faktorer från sitt ekonomiska beslutsfattande.

I kontrast till detta erkänner konceptet delat värde att marknader inte enbart definieras av ekonomiska behov, utan även av samhällliga behov (Porter & Kramer, 2011). Vidare betonas att sociala utmaningar och brister kan generera interna kostnader för företag. Att adressera samhällsproblem behöver dock inte medföra ökade kostnader; snarare kan det stimulera innovation genom implementering av ny teknik, förbättrade ledningsstrategier och mer effektiva arbetsmetoder. Detta kan i sin tur leda till ökad produktivitet och marknadsexpansion .

3.2.1 Operationalisering och gränsdragning av delat värde

För att operationalisera delat värde identifierar Porter och Kramer (2011) tre huvudsakliga strategier:

1. Omdefiniera produkter och marknader: Genom att utveckla produkter och tjänster som möter sociala behov, såsom näringsriktig mat och förnybar energi, kan företag skapa både ekonomiskt och samhällligt värde.
2. Omforma produktiviteten i värdekedjan: Genom att minska energiförbrukning, utveckla hållbara inköpsstrategier och förbättra arbetsförhållanden kan företag sänka sina kostnader samtidigt som de bidrar till samhället.
3. Stärka lokala kluster och samhällen: Investeringar i infrastruktur, utbildning och leverantörsnätverk bidrar till en mer hållbar och lönsam affärsmiljö genom att stärka de samhällen där företagen är verksamma

Porter & Kramer (2011) lyfter skillnaden mellan delat värde, Creating Shared Value (CSV), och traditionell Corporate Social Responsibility (CSR). Medan CSR ofta handlar om filantropi och att uppfylla externa krav, är CSV en integrerad del av affärsstrategin och direkt kopplad till lönsamhet. CSV går därmed bortom traditionella hållbarhetsåtgärder genom att aktivt koppla företags framgång till social utveckling, snarare än att enbart minska negativa effekter.

Trots dess popularitet har CSV också mött kritik. Crane et al. (2014) argumenterar för att CSV i grunden är en omformulering av redan existerande koncept inom CSR och stakeholder management.

De menar att CSV saknar originalitet och i stor utsträckning liknar tidigare teorier om värdeskapande för både företag och samhälle. Vidare kritiserar de Porter och Kramer (2011) för att förenkla och nedvärdera CSR genom att framställa det som ineffektivt.

Crane et al. (2014) påpekar att CSV ignorerar de inneboende konflikterna mellan sociala och ekonomiska mål, och menar att det är naivt att tro att företag alltid kommer att agera i linje med samhällets bästa utan ytterligare regleringar och incitament. Trots dessa invändningar erkänner kritikerna att CSV har bidragit till att koppla samman affärsstrategi och samhällsproblem, vilket har lett till en bredare diskussion om företagets roll i samhället.

Delat värde handlar således inte om omfördelning, utan snarare om att utöka den totala mängden ekonomiskt och socialt värde (Porter & Kramer, 2011). Företags konkurrenskraft och samhällets välmående är nära sammankopplade. Detta samband är särskilt framträdande inom fastighetssektorn, där ett fastighets värde påverkas av faktorer såsom områdets kvalitet, vakansgrad och underhållskostnader. Genom att investera i delat värde kan företag bidra till en långsiktigt hållbar fastighetsförvaltning.

3.2.2 Värdeskapandekedjan

Enligt Hahn et al. (2016) är värdeskapandekedjan ett användbart verktyg för att mäta och säkerställa social hållbarhet inom företagsverksamheter. Modellen ger en tydlig struktur för hur resurser som investeras i specifika aktiviteter kan omvandlas till sociala, miljömässiga och ekonomiska värden. För att företag ska kunna genomföra förändringar i sin verksamhet krävs investeringar i olika resurser, och värdeskapandekedjan kan hjälpa till att visualisera denna process.

Värdeskapandekedjan består av sex distinkta delar:

1. Resurser: Den första delen av kedjan handlar om de resurser, såsom pengar och tid, som krävs för att genomföra ett projekt eller en planering.
2. Aktiviteter: Den andra delen omfattar de förebyggande insatser som utförs för att nå uppsatta mål inom verksamheten.
3. Prestationer: Den tredje delen avser de kvantitativa konsekvenserna av aktiviteterna, vilket innebär en konkret bedömning av utförda insatser.

4. Effekter: Den fjärde delen behandlar de sociala, miljömässiga och ekonomiska förändringar som genereras av aktiviteterna. Effekterna kan vara både positiva och negativa (Hahn et al., 2016).
5. Påverkan: Den femte delen analyserar hur stor del av effekterna som direkt kan tillskrivas de genomförda aktiviteterna.
6. Värdeskapande: Den sista delen utvärderar det totala värdet av de enskilda effekterna eller det samlade värdet av aktiviteterna (Hahn et al., 2016).



Figur 2: Visualisering av värdeskapandekedjan

Alla sex komponenterna i värdeskapandekedjan är sammanlänkade och beroende av varandra för att uppnå företagets mål (Hahn et al., 2016). Genom att använda denna modell kan företag systematiskt utvärdera sin verksamhet och identifiera förbättringsområden om de inte når sina uppsatta mål. Värdeskapandekedjan fungerar därmed som ett effektivt verktyg för att optimera resursanvändningen och maximera värdet av genomförda aktiviteter.

3.2.3 Värdeskapande inom fastighetsbranschen

Blomé (2011) beskriver hur privata fastighetsföretag i allt större utsträckning investerar i social hållbarhet, eftersom det skapar mervärde både för företagen och samhället. Eftersom olika företag har olika affärsmodeller kan aktiviteterna som genomförs variera, men det övergripande målet är att skapa värdeskapande aktiviteter som gynnar kunderna.

Palm (2015) betonar vikten av struktur inom bostadsbolag för att kunna generera värdeskapande aktiviteter som möter kundernas behov på ett konsekvent och sammanhängande sätt. Dessa aktiviteter kan delas in i två kategorier: långsiktiga och kontinuerliga aktiviteter. De kontinuerliga aktiviteterna inkluderar fastighetsförvaltning, uthyrning, avtalshantering, felsökning, underhåll och kundrelationer. Dessa aktiviteter kan antingen behandlas separat eller tillsammans som en del av en värdeskapandekedja för hela förvaltningsprocessen (Palm, 2015).

De långsiktiga aktiviteterna fokuserar på att utveckla fastighetens livslängd och optimera dess användning över tid. Det innefattar även att förvalta investeringsfonder samt att köpa och sälja fastigheter för att maximera värdet.

3.3 ”Broken window” teori

Enligt teorin om "Broken Windows" leder en hög tolerans för oordning i samhället till ökad brottslighet (Kelling & Wilson, 1982). Teorin hävdar att om synliga tecken på oordning, såsom ett krossat fönster, accepteras, eskalerar detta sannolikt till mer oordning och brott .

Samhällen med stark social ordning har lägre brottsnivåer av flera skäl. För det första blir brott mer kostsamt i miljöer där kriminalitet ses som socialt oacceptabelt (Corman & Mocan, 2002). För det andra tolereras inte kriminellt beteende i områden med låg grad av social ordning, vilket gör att starka gemenskaper kan verka avskräckande på brottslighet .

Rättsväsendet kan ytterligare stärka den sociala ordningen genom att tydligt markera att brott inte tolereras. Ordningsbevarande polisarbete, där misstänkta individer stoppas och ifrågasätts, kan bidra till att förebygga brott. Att investera i socialt hållbara åtgärder för att upprätthålla ordningen kan därför sänka värdeminskningen på fastighetstillgångar (Corman & Mocan, 2002).

Slutligen kan snabba insatser för att förebygga och reparera skadegörelse, såsom krossade fönster, minska framtida vandalism (Kelling & Wilson, 1982). Detta stärker tryggheten i området och ökar den offentliga miljöns attraktivitet.

4. Resultat

I detta kapitel redovisas de resultat som framkommit genom studiens två huvudsakliga datainsamlingsmetoder: intervjuer och enkätundersökning. Syftet är att belysa hur social hållbarhet förstås, prioriteras och omsätts i praktiken inom logistikfastighetsbranschen.

4.1 Kvantitativa resultat

Detta avsnitt redovisar resultat från en enkätundersökning som besvarats av medarbetare på ett Nordiskt logistikfastighetsföretag och ett annat Internationellt logistikfastighetsföretag. Syftet med enkäten har varit att kartlägga hur social hållbarhet uppfattas, prioriteras och praktiseras inom respektive organisation. Samtliga frågor besvarades utifrån en skattningsskala från 1 till 7, där 1 motsvarar ”instämmer inte alls” och 7 ”instämmer helt”. Resultaten presenteras separat för de båda bolagen för att möjliggöra jämförelser.

4.1.1 Enkät svar från Nordiskt logistikfastighetsföretag

Fråga:	Medelvärde:
Företaget arbetar med sociala hållbarhetsinitiativ inom intern verksamhet/HR (t.ex. god hälsa och välbefinnande för befintlig personal samt ett mångfaldsperspektiv vid rekrytering) .	6,35
Företaget arbetar med social hållbarhet för att möta de krav som ställs på fastighetsägare.	5,85
Företaget arbetar med sociala hållbarhetsinitiativ i form av fysiska investeringar i fastighetsbeståndet (t.ex. lägenheter med lägre hyror, utveckling av gårdar och utemiljöer) .	5,85
Företaget arbetar med social hållbarhet för att stärka varumärket .	5,85
Företaget arbetar med sociala hållbarhetsinitiativ genom kommunikation och samverkan med andra aktörer eller kunder .	5,68
Företaget arbetar med social hållbarhet för att öka kundnöjdheten .	5,58
Investeringar i social hållbarhet bidrar till lönsamhet genom ett starkare varumärke .	5,54
Företaget upplever att ägare ställer krav på social hållbarhet.	5,42
Företaget arbetar med sociala hållbarhetsinitiativ i form av ekonomiskt stöd till föreningar och intressegrupper (stödet kan vara rent ekonomiskt eller ske via mark eller lokaler) .	5,31
Investeringar i social hållbarhet bidrar till lönsamhet genom nöjda kunder .	5,23
Företaget arbetar med sociala hållbarhetsinitiativ genom val av leverantörer, materialval och upphandling .	5,15
Företaget använder kundnöjdhetsundersökningar för att kontinuerligt utvärdera sina sociala insatser.	5,04
Investeringar i social hållbarhet bidrar till lönsamhet genom affärsnytta.	5

Företaget samlar in kunskap/åsikter från hyresgäster eller allmänheten för att utveckla arbetet med social hållbarhet.	4,92
Företaget använder lärdomar från experter/konsulter för att utveckla arbetet med social hållbarhet.	4,8
Investeringar i social hållbarhet bidrar till lönsamhet genom ökat fastighetsvärde.	4,77
Företaget har dialog och samarbete med olika intressenter (akademi, kommuner, stat och andra företag) för att utveckla arbetet med social hållbarhet .	4,76
Företaget använder lärdomar från andra företags insatser för att utveckla arbetet med social hållbarhet .	4,6
Företaget upplever att andra aktörer ställer krav på social hållbarhet.	4,42
Företaget upplever att kommuner ställer krav på social hållbarhet.	4,31
Företaget använder lärdomar från tidigare initiativ för att utveckla arbetet med social hållbarhet .	4,28
Företaget upplever att hyresgäster ställer krav på social hållbarhet.	4,15
Investeringar i social hållbarhet bidrar till lönsamhet genom minskade kostnader .	3,96
Företaget använder en väsentlighetsanalys baserad på statistiska siffror före och efter insatsen för att utvärdera sina sociala insatser.	3,44
Företaget använder personlig erfarenhet för att utvärdera sina sociala insatser .	3,44
Företaget utvärderar sina sociala investeringar genom att se hur fastighetsvärdet påverkas .	3,4
Företaget utvärderar sina sociala investeringar genom en kostnadseffektivitetsanalys eller en nytto-kostnadsanalys .	3,12
Företaget arbetar med sociala hållbarhetsinitiativ genom att arbeta med trygghet (t.ex. trygghetsvärdar).	3
Företaget arbetar inte med social hållbarhet eftersom det saknar lönsamhet.	2,89
Företaget använder förbättrade resultat i markanvisningstävlingar för att utvärdera sina sociala insatser.	2,88
Företaget arbetar med social hållbarhet för att öka fastighetsvärdet.	2,85
Företaget utvärderar inte sina sociala insatser på grund av brist på kunskap.	2,47
Företaget utvärderar inte sina sociala insatser på grund av brist på efterfrågan.	2,4
Företaget utvärderar inte sina sociala insatser eftersom det saknas en erkänd tillämplig metod.	2,33
Företaget arbetar inte med social hållbarhet på grund av brist på intern kunskap .	2,33
Företaget utvärderar inte sina sociala insatser på grund av brist på resurser.	2,2
Företaget upplever att det inte finns några krav på social hållbarhet.	2,19
Företaget arbetar inte med social hållbarhet på grund av brist på resurser.	1,78
Företaget arbetar inte med social hållbarhet på grund av brist på extern kunskap.	1,33

Tabell 4: Genomsnittligt svar per enkätfråga baserat på enkäten genomförd bland relevanta medarbetare hos Nordiskt logistikfastighetsföretag.

4.1.2 Enkät svar från Internationellt logistikfastighetsföretag

Fråga:	Medelvärde:
Sociala hållbarhetsinitiativ inom intern verksamhet/HR (t.ex. god hälsa och välbefinnande för befintlig personal samt ett mångfaldsperspektiv vid rekrytering).	6.33
Företaget arbetar med social hållbarhet för att stärka varumärket.	5.97
Företaget arbetar med sociala hållbarhetsinitiativ i form av fysiska investeringar i fastighetsbeståndet (t.ex. lägenheter med lägre hyror, utveckling av gårdar och utemiljöer).	5.87
Företaget arbetar med social hållbarhet för att möta de krav som ställs på fastighetsägare.	5.83
Företaget arbetar med sociala hållbarhetsinitiativ genom kommunikation och samverkan med andra aktörer eller kunder.	5.76
Företaget arbetar med social hållbarhet för att öka kundnöjdheten.	5.67
Investeringar i social hållbarhet bidrar till lönsamhet genom ett starkare varumärke.	5.63
Företaget upplever att ägare ställer krav på social hållbarhet.	5.57
Investeringar i social hållbarhet bidrar till lönsamhet genom nöjda kunder.	5.3
Företaget arbetar med sociala hållbarhetsinitiativ genom val av leverantörer, materialval och upphandling.	5.3
Företaget arbetar med sociala hållbarhetsinitiativ i form av ekonomiskt stöd till föreningar och intressegrupper (stödet kan vara rent ekonomiskt eller ske via mark eller lokaler).	5.23
Företaget använder kundnöjdhetsundersökningar för att kontinuerligt utvärdera sina sociala insatser.	5.21
Företaget samlar in kunskap/åsikter från hyresgäster eller allmänheten för att utveckla arbetet med social hållbarhet.	5.04
Investeringar i social hållbarhet bidrar till lönsamhet genom affärsnytta.	5
Investeringar i social hållbarhet bidrar till lönsamhet genom ökat fastighetsvärde.	4.8
Företaget har dialog och samarbete med olika intressenter (akademi, kommuner, stat och andra företag) för att utveckla arbetet med social hållbarhet.	4.76
Företaget använder lärdomar från experter/konsulter för att utveckla arbetet med social hållbarhet.	4.72
Företaget använder lärdomar från andra företags insatser för att utveckla arbetet med social hållbarhet.	4.62
Företaget upplever att andra aktörer ställer krav på social hållbarhet.	4.5
Företaget använder lärdomar från tidigare initiativ för att utveckla arbetet med social hållbarhet.	4.45
Företaget upplever att hyresgäster ställer krav på social hållbarhet.	4.4
Företaget upplever att kommuner ställer krav på social hållbarhet.	4.37
Investeringar i social hållbarhet bidrar till lönsamhet genom minskade kostnader.	4
Företaget använder personlig erfarenhet för att utvärdera sina sociala insatser.	3.72
Företaget utvärderar sina sociala investeringar genom att se hur fastighetsvärdet påverkas.	3.55

Företaget använder en väsentlighetsanalys baserad på statistiska siffror före och efter insatsen för att utvärdera sina sociala insatser.	3.45
Företaget utvärderar sina sociala investeringar genom en kostnadseffektivitetsanalys eller en nytto-kostnadsanalys .	3.31
Företaget arbetar med social hållbarhet för att öka fastighetsvärdet .	3.13
Företaget använder förbättrade resultat i markanvisningstävlingar för att utvärdera sina sociala insatser .	3.12
Företaget arbetar med sociala hållbarhetsinitiativ genom att arbeta med trygghet (t.ex. trygghetsvärdar).	2.93
Företaget utvärderar inte sina sociala insatser på grund av brist på efterfrågan.	2.38
Företaget utvärderar inte sina sociala insatser på grund av brist på kunskap .	2.30
Företaget utvärderar inte sina sociala insatser på grund av brist på resurser .	2.29
Företaget utvärderar inte sina sociala insatser eftersom det saknas en erkänd tillämplig metod.	2.28
Företaget upplever att det inte finns några krav på social hållbarhet.	2.13
Företaget arbetar inte med social hållbarhet eftersom det saknar lönsamhet .	-
Företaget arbetar inte med social hållbarhet på grund av brist på intern kunskap .	-
Företaget arbetar inte med social hållbarhet på grund av brist på resurser.	-
Företaget arbetar inte med social hållbarhet på grund av brist på extern kunskap.	-

Tabell 5: *Genomsnittligt svar per enkätfråga baserat på enkäten genomförd bland relevanta medarbetare på Internationellt logistikfastighetsföretag.*

4.2 Kvalitativa resultat

Detta avsnitt redovisar resultat från en de kvalitativintervjuerna som framkommit genom intervjuer med representanter från Nordiskt logistikfastighetsföretag samt andra relevanta aktörer inom fastighetsbranschen. Syftet med intervjuerna har varit att skapa en fördjupad och bredare förståelse för hur social hållbarhet uppfattas, praktiseras och utvecklas inom logistikfastighetsbranschen.

Samtliga intervjuer har genomförts med stöd av en gemensam intervjuguide (se bilaga B), där fokus legat på teman som definitioner av social hållbarhet, drivkrafter, affärsstrategisk relevans, metoder för uppföljning samt framtidsutsikter.

Respondenterna har haft olika roller och ansvarsområden inom sina respektive organisationer, vilket har bidragit till ett mångfacetterat underlag där både strategiska och operativa perspektiv lyfts. Resultaten behandlas tematiskt i analysen, strukturerade utifrån intervjuguidens teman, och illustreras genom sammanfattningar samt representativa citat.

4.2.1 Intervjuer med anställda hos Nordiskt logistikfastighetsföretag

Tema	Fråga	Respondenternas svar
Bakgrund	Kan du definiera vad social hållbarhet är för dig?	Alla respondenter definierar social hållbarhet som kopplat till människors välmående, trygghet, tillgång till funktionella och attraktiva miljöer samt balans mellan arbete och privatliv. <i>Affärs- och fastighetschef</i> lyfter vikten av sociala miljöer, medan <i>Hållbarhetsspecialist</i> och <i>Projektutvecklare</i> pekar på arbetsmiljöer som främjar hälsa och tillgång till grönområden. <i>Affärs- och fastighetschef</i> lyfter svårigheten i att mäta social hållbarhet.
	Kan du berätta lite om hur ni arbetar med social hållbarhet idag?	Fokus ligger på nyproduktion, där social hållbarhet integreras genom tillgänglighet, grönområden, utegym, belysning och samverkan med kollektivtrafik. Interna insatser som friskvård, medarbetarundersökningar och sjukvårdsförsäkringar är vanliga.
	Vilka faktorer anser du är de främsta drivkrafterna för att företag ska arbeta med social hållbarhet?	Starka interna drivkrafter (särskilt HR), EU-direktiv, gröna lån och kommunala krav vid markanvisning lyfts. <i>Affärs- och fastighetschef</i> pekar på personalens engagemang, långsiktighet och varumärkesvärde som viktiga.
	Hur definierar du social hållbarhet i relation till fastighetsbranschen och logistikfastigheter?	Utmaningar kring platsval, funktion, säkerhet och integrering av logistik i samhällen. Fokus på att skapa arbetsplatser, inte bara lager, där sociala funktioner som restauranger, rekreation och trygghet finns.
	Vilka aktörer eller faktorer upplever du ställer krav på social hållbarhet inom er bransch?	Kommuner och ibland aktieägare (via ESG-fokus). Överraskande lite från kunder, även om vissa tekniska krav (ljus, ljud) ställs.
	Vilken roll anser du att social hållbarhet spelar företag affärsmodell?	Delvis integrerat. <i>Affärs- och fastighetschef</i> pekar på att det diskuteras och engagerar mer internt. <i>Affärs- och fastighetschef</i> påpekar att målen är svåra att kvantifiera och därför ofta osynliga i affärsmodellen, trots insatser i praktiken.
	Hur har företagets arbete med social hållbarhet utvecklats över tid?	Ökat internt fokus de senaste åren, särskilt kopplat till HR och nyrekryteringar. Det sker en gradvis förflyttning från tekniska till mer sociala perspektiv.
Implementering av social hållbarhet i affärsmodellen	På vilket sätt beaktas social hållbarhet vid förvärv av nya fastigheter?	Inget tydligt system i tidiga skeden. Kommer in senare via certifieringar, detaljplaner och områdesplanering. Checklista finns, men saknar sociala aspekter.
	Finns det specifika sociala hållbarhetsmål som styr företagets beslut vid investeringar?	Inga konkreta mål, men värden som jämställdhet, trygghet, mötesplatser nämns. Det sker ofta reaktivt snarare än strategiskt.
	Hur anser du att social hållbarhet är en del av ditt dagliga arbete?	Varierar mer integrerat i nyproduktion och projektplanering. Mindre tydligt i drift och förvaltning. Träningsmöjligheter och balans mellan jobb/privatliv lyfts som exempel.
	Hur påverkar social hållbarhet företagets relationer med hyresgäster, lokalsamhällen och kommuner?	Bra relationer när värden kan paketeras tydligt (ex. certifieringar). Från kommunhåll efterfrågas inte alltid sociala insatser. Valfungerande dialog ofta kopplad till större områdesprojekt.

	Hur mäter och utvärderar ni effekten av era sociala hållbarhetsinsatser?	Mest internt via pulsundersökningar, sjukfrånvaro och personalomsättning. Sociala insatser externt är svåra att följa upp. Tydlig brist på standardiserade indikatorer.
Mätning och utvärdering	Hur mäter och utvärderar företaget upp sina sociala hållbarhetsinitiativ?	Enstaka indikatorer (trakasserier, trygghet) följs upp, ofta i intervjuer eller chefslager. Saknas standardiserad metodik.
	Vilka utmaningar ser du med att kvantifiera social hållbarhet inom fastighetsbranschen?	Svårt att kvantifiera och översätta till ekonomi. Vad är trygghet värt i kronor? Frånvaro av standardiserade nyckeltal.
	Hur ser du på möjligheterna att skapa standardiserade indikatorer för social hållbarhet?	Samtliga ser behov, önskar en modell för avkastning kopplad till social hållbarhet, som kan användas i beslutsfattande
	Hur säkerställer ni att era initiativ inom social hållbarhet har haft den önskade effekten? Kan ni ge exempel på hur ni följer upp, utvärderar och eventuellt justerar era insatser baserat på resultat?	Ofta subjektivt, eller beroende på personliga värderingar hos projektledare. Vissa uppföljningar sker vid omförhandling av avtal.
Utmaningar och möjligheter	Vilka är de största hindren för att integrera social hållbarhet i fastighetsbranschen?	Svårt att få ekonomi i sociala funktioner. Kunskapsbrist hos både kommuner, aktörer och internt. Det sociala ses ofta som en "mjuk parameter" och prioriteras därför ned.
	Finns det exempel på framgångsrika sociala hållbarhetsinitiativ inom företaget?	Lunchrestauranger, utegym, grönområden, elcykelparkering, särskilt när det skett i samverkan. Vissa exempel där kommunen inkluderar sociala krav i detaljplanen.
	Hur kan fastighetsbolag arbeta mer proaktivt med social hållbarhet i samarbete med kommuner och andra aktörer?	Behov av bättre samverkan mellan bolag och kommun, och mellan företag i samma område. Få konkreta samarbeten finns idag.
Framtidsperspektiv	Hur tror du att social hållbarhet i logistikfastigheter kommer att utvecklas inom de närmaste fem till tio åren?	Krävs mer "bottom-up" där personalen och yngre generationer ställer krav. Ser positiv utveckling men i långsam takt.
	Vilka externa faktorer (ex. lagstiftning, kundkrav, samhällsförändringar) tror du kommer att påverka företagets arbete med social hållbarhet mest?	Lagstiftning kommer inte lösa det, personalen, samhällsattityder och investerarkrav viktigare. ESG och hållbarhetsrapportering kan skapa tryck.
	Om du fick förändra en sak inom fastighetsbranschen för att förbättra social hållbarhet, vad skulle det vara?	Fler kvinnor i branschen, för att bredda perspektiven. Modell för att mäta social hållbarhet ekonomiskt. Tidig integrering av sociala värden i planering och förvärv. Ökad samverkan mellan aktörer och kommuner.

Tabell 6: Sammanställning av intervju svar från relevanta nyckelpersoner inom Nordiskt logistikfastighetsföretag.

4.2.2 Intervjuer med andra aktörer inom fastighetsbranschen

Tema	Fråga	Respondenternas svar
Bakgrund	Kan du definiera vad social hållbarhet är för dig?	<i>Projekt- och hållbarhetschefen på fastighetsstiftelsen</i> definierar social hållbarhet som något som omfattar studenter och medarbetare. Intern personalpolitik och externa studentrelationer ses som grunden. Det handlar om trygghet, rättvisa villkor och inkludering. <i>Hållbarhetskonsult</i> på fastighetskonsultbolag ser social hållbarhet som att ta ansvar för medmänniskor utöver lagkrav. Det handlar om att bidra till samhället på ett djupare plan än att bara betala skatt
	Kan du berätta lite om hur ni arbetar med social hållbarhet idag?	<i>Projekt- och hållbarhetschefen på fastighetsstiftelsen</i> berättar att de arbetar med återkommande medarbetar- och kundundersökningar, trygghetsskapande åtgärder (t.ex. belysning, bevakning) och samverkan med förtroenderåd och kommunen. Internt fokuserar de på HR-frågor som sjukfrånvaro och ledarskap. <i>Hållbarhetskonsult</i> på fastighetskonsultbolag beskriver att social hållbarhet är kärnan i hans nuvarande företag, fokus ligger på medarbetarnas välmående och att vara en attraktiv arbetsgivare
	Vilka faktorer anser du är de främsta drivkrafterna för att företag ska arbeta med social hållbarhet?	Både <i>Projekt- och hållbarhetschefen på fastighetsstiftelsen</i> och <i>Hållbarhetskonsult på fastighetskonsultbolag</i> pekar på samhällseliga förväntningar och politik. För <i>Projekt- och hållbarhetschefen på fastighetsstiftelsen</i> handlar det om en "hygienfaktor", pådriven av politiken och fackliga krav (t.ex. kollektivavtal). <i>Hållbarhetskonsult på fastighetskonsultbolag</i> lyfter att intressenter som medarbetare, kunder och kommuner ställer högre krav och vill att företag ska bidra till samhället.
	Hur definierar du social hållbarhet i relation till fastighetsbranschen och logistikfastigheter?	<i>Projekt- och hållbarhetschefen på fastighetsstiftelsen</i> menar att logistikbolag har andra utmaningar än bostadsbolag, exempelvis har de att hantera machokultur bland yrkesverksamma och låg närvaro av boende. Logistikfastigheter ligger ofta utanför städer vilket påverkar deras sociala kontext. <i>Projekt- och hållbarhetschefen på fastighetsstiftelsen</i> betonar skillnaden i kundgrupp (studenter vs företag) och det ansvar som följer av det. <i>Hållbarhetskonsult på fastighetskonsultbolag</i> menar att det finns begränsad social hållbarhet inom logistikfastigheter, särskilt med automatiseringens framfart. Men han nämner att tillgång till lunchrestauranger, ytor och kollektivtrafik kan bidra i nuläget
	Vilka aktörer eller faktorer upplever du ställer krav på social hållbarhet inom er bransch?	<i>Projekt- och hållbarhetschefen på fastighetsstiftelsen</i> nämner styrelsen, facket, lagstiftning, samhället och banker. Även entreprenörer omfattas av krav på kollektivavtal och arbetsmiljöansvar. <i>Hållbarhetskonsult på fastighetskonsultbolag</i> talar om ett brett spektrum av intressenter, medarbetare, kunder, kommuner och samhället i stort, som driver på kraven
	Vilken roll anser du att social hållbarhet spelar i för roll i eran affärsmodell?	<i>Projekt- och hållbarhetschefen på fastighetsstiftelsen</i> och <i>Hållbarhetskonsult på fastighetskonsultbolag</i> betonar att utan social hållbarhet finns varken trivsel, arbetskraft eller långsiktig affärsnytta.

	Hur har erat arbete med social hållbarhet utvecklats över tid?	<i>Projekt- och hållbarhetschefen på fastighetsstiftelsen:</i> Social hållbarhet har blivit allt viktigare, men begreppet används fortfarande inte alltid formellt. Praktiska åtgärder har dock länge funnits. <i>Hållbarhetskonsult på fastighetskonsultbolag:</i> Trenden är att företag rör sig från att se social hållbarhet som sponsring till att integrera det i kärnverksamheten
Implementering av social hållbarhet i affärsmodellen	På vilket sätt beaktas social hållbarhet vid förvärv av nya fastigheter?	<i>Projekt- och hållbarhetschefen på fastighetsstiftelsen:</i> Följer 30-minutersnormen för kollektivtrafik till universitet och beaktar ekonomiska faktorer som påverkar studenters boendekostnad. <i>Hållbarhetskonsult på fastighetskonsultbolag:</i> Företag bör beakta grundläggande behov som närhet till service, även om det ännu inte alltid finns formella checklistor
	Finns det specifika sociala hållbarhetsmål som styr företagets beslut vid investeringar?	<i>Projekt- och hållbarhetschefen på fastighetsstiftelsen:</i> Ja, exempelvis att hyror måste vara anpassade efter CSN-nivåer och att lägenheter utformas för att minimera kostnader. <i>Hållbarhetskonsult på fastighetskonsultbolag:</i> Det finns ofta ambitioner, men sällan standardiserade checklistor. Han menar dock att sådana behövs framöver
	Hur anser du att social hållbarhet är en del av ditt dagliga arbete?	<i>Projekt- och hållbarhetschefen på fastighetsstiftelsen:</i> Genomsyrar arbetsmiljö, ledarskap, frisknärvaro och jämställdhet. <i>Hållbarhetskonsult på fastighetskonsultbolag:</i> Centralt i allt arbete. Deras affärsplan bygger på människan som största resurs
	Hur påverkar social hållbarhet era relationer med hyresgäster, lokalsamhällen och kommuner?	<i>Projekt- och hållbarhetschefen på fastighetsstiftelsen:</i> Samarbetar med kommunen och lokala organisationer för trygghet och sociala aktiviteter. Social hållbarhet är en förtroendefråga
	Hur mäter och utvärderar ni effekten av era sociala hållbarhetsinsatser?	<i>Projekt- och hållbarhetschefen på fastighetsstiftelsen:</i> Genom verktyg som Winningtemp för medarbetare och kundnöjdhetsundersökningar. Ibland även separata utvärderingar för specifika projekt. <i>Hållbarhetskonsult på fastighetskonsultbolag:</i> Söker samarbete med partner som utvecklat verktyg för att mäta social hållbarhet. Ännu inte fullt etablerat. <i>Hållbarhetsansvarig på fastighetsbolag</i> är frågande till att allt måste vara mätbart. Hon menar på att en bra insats märks, och behöver ej mätas.
Mätning och utvärdering	Vilka utmaningar ser du med att kvantifiera social hållbarhet inom fastighetsbranschen?	<i>Hållbarhetskonsult på fastighetskonsultbolag:</i> Det är svårt att mäta effekter av insatser. Sponsring blandas ibland ihop med social hållbarhet. Svårt att visa samhällseffekter i siffror
	Hur ser du på möjligheterna att skapa standardiserade indikatorer för social hållbarhet?	Båda parter efterfrågar bättre mätbarhet. Hållbarhetskonsult på fastighetskonsultbolag nämner pågående initiativ till mätverktyg. <i>Projekt- och hållbarhetschefen på fastighetsstiftelsen</i> säger att de fokuserar på trygghet och jämlikhet som indirekta mått.
	Hur säkerställer ni att era initiativ inom social hållbarhet har haft den önskade effekten?	<i>Projekt- och hållbarhetschefen på fastighetsstiftelsen:</i> Genom riktade utvärderingar efter specifika aktiviteter (t.ex. evenemang, trygghetsprojekt).

Utmaningar och möjligheter	Vilka är de största hindren för att integrera social hållbarhet i fastighetsbranschen?	Hållbarhetskonsult på fastighetskonsultbolag: Svårigheten att mäta och visa effekt. Risk att det reduceras till marknadsföring snarare än samhällspåverkan.
	Finns det exempel på framgångsrika sociala hållbarhetsinitiativ hos er?	Ja, vi har genomfört flera sociala hållbarhetsinitiativ med goda resultat. Ett exempel är samarbetet med lokala boenderåd, där boende ges inflytande över frågor som rör deras närmiljö. Det har lett till konkreta förbättringar, som upprustning av gemensamma utrymmen och ökad tillgång till studierum och aktivitetsytor. Vi har även genomfört trygghetsskapande åtgärder, som riktade väktarronderingar i utsatta områden. Dessutom anordnas regelbundet sociala aktiviteter i samarbete med hyresgäster och föreningar, vilket bidrar till ökad trivsel och stärkt gemenskap.
	Hur kan fastighetsbolag arbeta mer proaktivt med social hållbarhet i samarbete med kommuner och andra aktörer?	<i>Projekt- och hållbarhetschefen på fastighetsstiftelsen:</i> Genom samarbete med kommuner och studentorganisationer i stadsutveckling, trygghet och boendemiljöer. <i>Hållbarhetskonsult på fastighetskonsultbolag:</i> Genom att bidra i detaljplaner och satsa på lokal närvaro (t.ex. genom restauranger, motion, samhällstjänster)
Framtidsperspektiv	Hur tror du att social hållbarhet i logistikfastigheter kommer att utvecklas inom de närmaste fem till tio åren?	<i>Hållbarhetskonsult på fastighetskonsultbolag:</i> Risk för minskad social hållbarhet p.g.a. automatisering. Dock kan efterfrågan på lokal samhällsnytta (restauranger, kollektivtrafik) öka i mellanperioden. <i>Head of development på internationellt logistikfastighetsföretag</i> menar att Sverige kommer att ta efter andra europeiska länder som ligger i framkant vad gäller socialt hållbarhetsarbete kring logistikfastigheter, ex. Nederländerna.
	Vilka externa faktorer (ex. lagstiftning, kundkrav, samhällsförändringar) tror du kommer att påverka företagets arbete med social hållbarhet mest?	Intressenter som kommuner, medarbetare och samhällsförändringar (t.ex. teknik, politik) bedöms som starka påverkansfaktorer av både <i>Projekt- och hållbarhetschefen på fastighetsstiftelsen</i> och <i>Hållbarhetskonsult på fastighetskonsultbolag</i> .
	Om du fick förändra en sak inom fastighetsbranschen för att förbättra social hållbarhet, vad skulle det vara?	Hållbarhetskonsult på fastighetskonsultbolag föreslår införande av en enkel checklista för social hållbarhet vid nyetablering. <i>Projekt- och hållbarhetschefen på fastighetsstiftelsen</i> vill ha bättre balans mellan sociala krav och ekonomisk bärkraft

Tabell 7: Sammanställning av intervju svar från relevanta aktörer inom fastighetsbranschen.

5. Diskussion

I detta kapitel analyseras studiens resultat med stöd i det teoretiska ramverket. Syftet är att tolka de mönster och teman som framkommit genom intervjuer och enkätresultat, samt att koppla dessa till teorier om social hållbarhet, företagsansvar och värdeskapande. Analysen fokuserar särskilt på hur social hållbarhet integreras i fastighetsbranschens affärsmodeller, vilka drivkrafter och hinder som identifierats, samt hur gemensamma initiativ och mätmetoder kan bidra till ett mer systematiskt arbete. Genom att relatera empirin till teorier som Carroll's (1991) CSR-pyramid, legitimitetsteorin och CSV-konceptet skapas en djupare förståelse för hur sociala värden blir en del av det strategiska beslutsfattandet i logistikfastighetssektorn.

5.1 Social hållbarhet som strategisk komponent i logistikfastighetsbranschens affärsutveckling

Att integrera social hållbarhet i logistikfastighetsbranschens affärsutveckling innebär mer än att endast uppfylla samhällliga förväntningar eller svara mot externa krav. Det handlar också om att skapa långsiktigt värde och konkurrensfördelar genom strategiska initiativ. Resultaten från både enkäter och kvalitativa intervjuer visar att social hållbarhet uppfattas som en relevant fråga, både internt, i form av arbetsmiljö och säkerhet, och externt, genom exempelvis fastighetsägares krav och varumärkespositionering. Det framgår tydligt av enkätresultaten att både det internationella- och det nordiska logistikfastighetsföretaget integrerar social hållbarhet i sin affärsutveckling. Endast 9 av de 32 respondenterna angav att deras företag inte arbetar aktivt med social hållbarhet. Detta tyder på att en övervägande majoritet betraktar social hållbarhet som en central del av sin verksamhetsstrategi.

Resultaten bekräftar tidigare forskning som lyfter fram vikten av att företag systematiskt integrerar sociala aspekter i sin långsiktiga affärsmodell, inte enbart som ett moraliskt åtagande, utan även som en strategisk resurs för att stärka både konkurrenskraft och legitimitet (Carroll & Shabana, 2010).

Teorin om delat värdeskapande (Porter & Kramer, 2011) understryker att företag kan förena affärsnytta med samhällsnytta, något som även bekräftas i det insamlade materialet. Områden som varumärkesbyggande och externa förväntningar erhöll höga värden i enkäten (över 5,8 av 7), vilket tyder på en tydlig medvetenhet om det affärsmässiga värdet av sociala investeringar.

De teman som framkom i respondenternas svar stärker också den teoretiska uppfattningen om att social hållbarhet är ett komplext och dynamiskt begrepp, ofta kopplat till så kallade mjuka värden (Olsson, 2012).

Återkommande begrepp var trygghet, jämlikhet, inkludering, god arbetsmiljö och platsens sociala sammanhang, faktorer som tidigare forskning också lyft fram som både avgörande och svåra att mäta (Gustavsson & Elander, 2014; Colantonio & Dixon, 2011). Att dessa teman framkom i olika typer av organisationer tyder på en bred, men ännu splittrad förståelse av vad social hållbarhet innebär i praktiken. Denna variation i tolkningen speglar också en viktig aspekt av studiens syfte, att fånga subjektiva uppfattningar och hur dessa skiljer sig åt beroende på kontext.

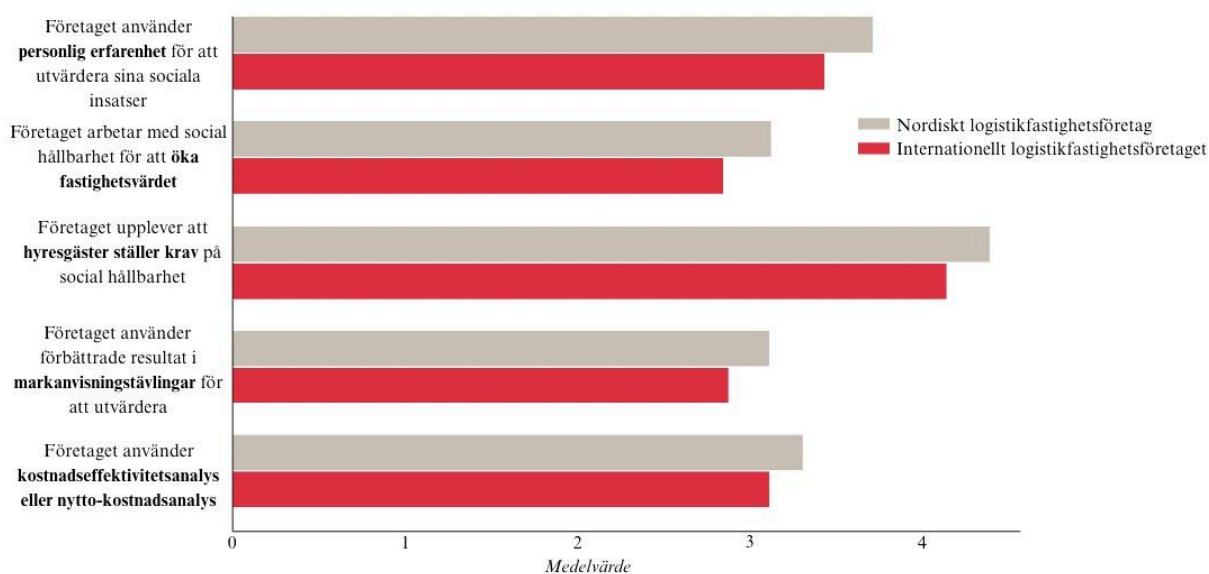
Denna svårighet att kvantifiera "mjuka värden" som trygghet och välmående är en central utmaning för fastighetsbranschen, särskilt jämfört med den mer etablerade mätbarheten inom miljömässig hållbarhet. Denna brist på enhetlig mätbarhet och definition bidrar till osäkerhet inom branschen när det gäller att motivera investeringar i sociala initiativ. Det är också en anledning till varför det trots över 60 års forskning inte finns en universell definition av CSR (Carroll, 1999). Dagens utmaning inom social hållbarhet handlar om att operationalisera begreppet genom specifika, mätbara indikatorer, anpassade till lokala förutsättningar.

Resultaten visar en tydlig skillnad mellan hur företagen uppfattar hinder och hur dessa faktiskt tar plats i praktiken. Enkätsvaren tyder på att traditionella hinder, som brist på lönsamhet, resurser eller kompetens, endast i begränsad utsträckning upplevs som avgörande faktorer. Detta stärker tidigare forskning som pekar på att dessa faktorer inte är de främsta orsakerna till att arbetet med social hållbarhet uteblir. Istället betonar Carroll och Shabana (2010) att företags engagemang i hållbarhetsarbete i högre grad påverkas av externa förväntningar, legitimitetsskapande och möjligheten att integrera hållbarhet i företagets långsiktiga affärsstrategi.

Stället framkom andra förklaringar i de kvalitativa intervjuerna. Flera respondenter lyfte fram svårigheter med att mäta, definiera och konkretisera social hållbarhet som mer avgörande. Enligt en respondent från det Nordiska logistikfastighetsföretaget är det framför allt bristen på kunskap som utgör det största hindret.

"Jag skulle nog säga att det största hindret för att integrera social hållbarhet är kunskap, kunskap om ämnet." - Projektutvecklare, Nordiskt logistikfastighetsföretag

Figur 3 visar de fem frågor där medelvärdena skiljer sig mest mellan enkätsvaren från det nordiska logistik fastighetsföretaget och enkätsvaren från ett internationellt logistikfastighetsföretag.



Figur 3: De fem största skillnaderna på hur medarbetare anser att deras företag jobbar med social hållbarhet enligt enkätundersökningarna.

Skillnaderna är små men intressanta, de handlar främst om hur företagen arbetar och utvärderar sociala hållbarhetsinsatser, särskilt i relation till fastighetsvärde, personligt omdöme och externa krav. En slutsats som kan dras utifrån figur 3 är att hyresgästerna, som utgör en extern intressent, är den aktörsgrupp som i dagsläget ställer högst krav på social hållbarhet. Detta överensstämmer med resultaten från intervjuerna, där det framkommer att hyresgäster i allt högre utsträckning efterfrågar ett aktivt hållbarhetsarbete.

En viktig drivkraft bakom detta är deras behov av att attrahera och behålla rätt typ av arbetskraft, vilket ställer krav på dem att ligga i framkant avseende social hållbarhet.

“Våra hyresgäster vill attrahera duktig och kunnig kompetens som de vill behålla långsiktigt, därmed ställer dem också krav när det kommer till social hållbarhet” - Affärs- och fastighetschef, Nordiskt logistikfastighetsföretag

En annan slutsats som kan dras utifrån figur 3 är att de två logistikfastighetsföretagen uppvisar en mycket likartad skattning av sitt arbete med social hållbarhet. Detta kan tolkas som en indikation på att företagen arbetar i liknande riktning och mot gemensamma mål. Mot bakgrund av detta framstår ett närmare samarbete mellan aktörerna som strategiskt fördelaktigt. Genom att dela erfarenheter och bästa praxis skulle de kunna stärka sitt respektive hållbarhetsarbete och samtidigt bidra till skapandet av ett så kallat delat värde — där både affärsnytta och samhällsnytta integreras.

Teorin om delat värde, utvecklad av Porter och Kramer (2011), betonar att företag genom strategiska samarbeten och gemensamma initiativ kan skapa värde inte enbart för sig själva utan också för det omgivande samhället. Eftersom de båda företagen verkar inom samma bransch och äger fastigheter i samma geografiska område, finns gynnsamma förutsättningar för synergier som kan stärka både deras konkurrenskraft och bidra till lokal social utveckling.

Bristen på tydliga indikatorer och etablerade standarder gör det svårt för företag att arbeta systematiskt och strategiskt med social hållbarhet. I praktiken verkar detta vara ett större hinder än de traditionella utmaningarna relaterade till ekonomi eller resurstillgång. Det pekas särskilt på bristande kunskap och svårigheten att tydligt formulera den affärsmässiga nyttan av sociala hållbarhetsinsatser. Som en respondent uttryckte de

“Vi är ju så himla vana att mäta allt i monetära termer, men vad är trygghet värt? Och vad är bra belysning värt? När du inte kan omvandla det till kronor och ören så blir det direkt svårt för oss.” - Regionchef, Nordiskt logistikfastighetsföretag

Citatet fångar den centrala utmaningen med att integrera social hållbarhet i traditionella affärsmodeller; det som inte är direkt mätbart i ekonomiska termer riskerar att nedprioriteras, trots att det kan ha stor betydelse både för samhälle och långsiktig affärsnytta.

Detta förhållningssätt, där sociala insatser görs utan att fullt ut kopplas till affärsmodellen, kan kontrasteras mot en mer omfattande syn på CSR, där samhällsansvar ses som en hörnsten i beslutsfattandet, snarare än att enbart handla om att "ge tillbaka" efter att vinster har genererats. En modern definition av CSR betonar just integrationen av social och miljömässig hänsyn i både affärsverksamheten och interaktion med intressenter, på frivillig basis. Att endast följa lagar och regler anses inte vara CSR, utan utgör endast minimistandarder. Fastighetsföretags arbete med social hållbarhet bör därför ses som ett frivilligt åtagande som sträcker sig bortom lagkraven, och dess relevans förstärks av att externa aktörer som civilsamhället, NGO:er och intressegrupper ställer ökade krav och granskar företags agerande.

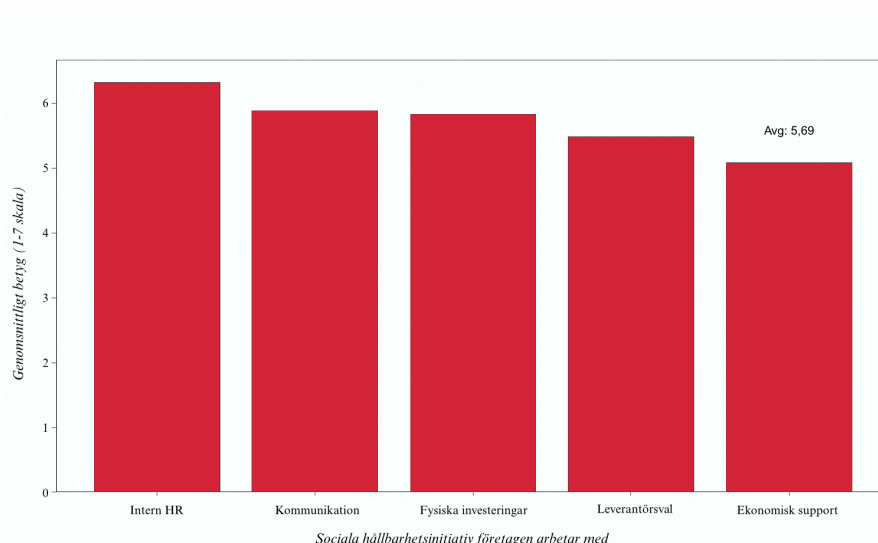
Trots att kapacitet och grundläggande struktur verkar finnas, visar resultaten att social hållbarhet sällan är fullt integrerad i affärsstrategin. Istället behandlas frågan ofta som en hygienfaktor, något man gör för att det förväntas, snarare än för att det ses som värdeskapande. Denna paradox blir särskilt tydlig när man jämför den höga implementering nivån från enkätsvaren (medelvärden över 5,6 av 7) med intervjurespondenters beskrivningar av social hållbarhet. Som en respondent förklarade det:

*"Social hållbarhet spelar en liten roll i affärsmodellen." -
Kommersiell förvaltare, Nordiskt logistikfastighetsföretag*

Resultatet tyder därmed på att företagen investerar i sociala hållbarhetsinitiativ utan att fullt ut förstå eller kommunicera hur dessa insatser kan bidra till affärsnytta. Det kan liknas vid att ha ett kraftfullt verktyg utan att utnyttja dess fulla potential. Enligt teorin om Creating Shared Value (CSV) av Porter och Kramer (2011) handlar verkligt strategiskt hållbarhetsarbete om att integrera samhällsnytta och affärsnytta på ett sätt som skapar ömsesidiga vinster för både företag och samhälle. I detta ljus framstår dagens fokus på interna HR-frågor som ett första steg, men inte tillräckligt för att realisera det fulla värdet av social hållbarhet.

5.1.1 Företagens arbete med Social hållbarhet idag

Figur 4 visar implementeringsnivåerna för olika typer av sociala hållbarhetsinitiativ bland de studerade logistikfastighetsföretagen, där respondenterna har skattat arbetet på en sjugradig skala. Resultaten indikerar att störst fokus idag läggs på interna HR-initiativ, vilket innefattar områden som arbetsmiljö och medarbetarnas välmående. Detta tyder på att företagen huvudsakligen arbetar med social hållbarhet ur ett internt perspektiv snarare än ett externt, vilket kan kopplas till en begränsad och snäv tolkning av vad social hållbarhet innebär.



Figur 4: Implementeringsnivåer för sociala hållbarhetsinitiativ med andel höga betyg enligt enkätundersökningarna.

Företagens prioritering av interna åtgärder kan ses som ett tecken på att hållbarhetsarbetet fortfarande domineras av aktiviteter som är direkt kopplade till den egna organisationens välfärd, snarare än till ett bredare samhällsperspektiv eller relationer till externa intressenter såsom lokalbefolkning eller samhällsaktörer. En sådan tolkning står i kontrast till legitimitetsteorin, som betonar att organisationer verkar inom ett större samhällssystem och därmed måste anpassa sig till bredare samhälleliga förväntningar (Hurst, 1970). Detta mönster indikerar även att det fortfarande råder en viss osäkerhet eller omogenhet i förståelsen för social hållbarhet som ett affärsstrategiskt verktyg, ett fenomen som Dempsey et al. (2011) framhåller som centralt i diskussionen om den sociala dimensionen av hållbar utveckling.

För att logistikfastighetsföretagen ska kunna nå en högre mognadsgrad i sitt hållbarhetsarbete krävs en breddning av perspektivet. Det innebär att social hållbarhet måste definieras och operationaliseras inte bara internt utan också i relation till externa intressenter och det omgivande samhället. Detta förutsätter utveckling av mätbara indikatorer, bättre metodstöd och en tydligare koppling mellan sociala insatser och företagets kärnverksamhet.

Sammanfattningsvis visar Figur 4 att logistikfastighetsaktörerna erkänner vikten av social hållbarhet som en viktig del (medelvärden över 5,6 av 7) , men att deras strategiska förståelse fortfarande är under utveckling. En fördjupad förståelse och praktisk tillämpning av delat värde skulle kunna hjälpa dessa företag att stärka både sin affärsposition och bidra till samhällelig utveckling i de områden där de är verksamma.

5.2 Vilka drivkrafter och hinder finns för att integrera social hållbarhet i logistikföretags affärsmodeller?

För att gå från vision till verklighet krävs att den strategiska ambitionen att arbeta med social hållbarhet också förankras i affärsmodellens struktur och processer. Medan föregående avsnitt har belyst hur logistikfastighetsföretag kan använda social hållbarhet som ett verktyg för värdeskapande och konkurrenskraft, fokuserar detta avsnitt på de konkreta förutsättningar som påverkar möjligheten att faktiskt implementera denna dimension i kärnverksamheten. Här analyseras såväl de interna kapaciteter och externa drivkrafter som möjliggör en sådan integrering, som de hinder och osäkerheter som kan bromsa utvecklingen.

5.2.1 Drivkrafter för att integrera social hållbarhet

Enkätsvaren visar att företagen i hög utsträckning inte upplever några avgörande praktiska hinder för att arbeta med social hållbarhet, där samtliga påstådda hinder för social hållbarhet skattas mycket lågt. Detta tyder på att respondenterna inte ser praktiska eller strukturella barriärer, och kan tolkas som att många företag redan har etablerat de grundläggande förutsättningarna för att integrera social hållbarhet i sin verksamhet. Avsaknaden av upplevda hinder kan därmed tolkas som en viktig drivkraft i sig, företag upplever sig ha kapaciteten och infrastrukturen på plats för att integrera social hållbarhet i verksamheten.

Denna bild nyanseras dock av intervjumaterialet, där flera respondenter lyfter fram konkreta hinder och utmaningar. Här framkommer att arbetet med social hållbarhet inte är helt oproblematiskt, bland annat på grund av svårigheter med tolkning, intern kompetens och mätbarhet. Trots att flera respondenter lyfter fram konkreta utmaningar finns en tydlig strävan efter att utveckla och förfinna hållbarhetsarbetet. Respondenternas reflektioner visar på ett engagemang och en medvetenhet om att social hållbarhet är en komplex fråga, vilket i sig kan fungera som en drivkraft för vidare kompetensutveckling och organisatorisk utveckling.

En möjlig förklaring till skillnaden mellan enkät- och intervju svaren är att dessa datakällor fångar olika nivåer av förståelse och perspektiv. Enkäten kan återspegla en mer normativ hållning, där respondenterna uttrycker hur de anser att arbetet bör se ut, snarare än hur det faktiskt fungerar i praktiken. Det finns också en risk att svaren i enkäten präglas av social önskvärdhet, särskilt i frågor som rör hållbarhet, där det finns starka förväntningar på vad som är ett "rätt" svar.

Intervjuerna, å andra sidan, ger utrymme för reflektion, nyanser och självkritik. De tillåter respondenterna att resonera kring utmaningar och motsättningar som inte alltid kommer till uttryck i standardiserade enkätformat.

Detta tyder på att även om det finns en vilja och i viss mån en struktur för att arbeta med social hållbarhet, är det fortfarande en fråga som i praktiken präglas av osäkerhet, otydlighet och behov av vidare kompetensutveckling. Skillnaden mellan svaren kan därmed också förstås som ett uttryck för den spänning som ofta finns mellan strategisk ambition och operativ verklighet. Sammantaget visar resultaten att en av de främsta drivkrafterna för att integrera social hållbarhet är företagets upplevda kapacitet och ambition att arbeta med frågan, kombinerat med en växande insikt om behovet av kontinuerlig utveckling och anpassning till nya krav och förväntningar.

5.2.1.1 Externa krav

En annan tydlig drivkraft är den samsyn som finns kring vad som driver utvecklingen framåt. Krav från fastighetsägare, investeringar i den fysiska miljön och varumärkesbyggande återkommer som gemensamma prioriteringar, vilket visar att branschen i stort uppfattar social hållbarhet som något som skapar affärsvärde. Detta kan förstås med hjälp av teorin om "Creating Shared Value" (CSV), som introducerades av Porter och Kramer (2011).

Enligt denna teori uppstår konkurrensfördelar när företag aktivt bidrar till att lösa samhällsutmaningar och därigenom skapar värde både för verksamheten och för samhället. I linje med detta uttrycker flera intervjupersoner att social hållbarhet inte enbart handlar om att ta ansvar, utan också om att skapa attraktiva miljöer som stärker arbetsgivarvarumärket och kundrelationer, vilket i förlängningen påverkar företagets långsiktiga lönsamhet.

"Det handlar inte längre om att bara uppfylla krav, det är något som differentierar oss och som hyresgäster förväntar sig."

- Hållbarhetsspecialist, Nordiskt logistikfastighetsföretag

Denna gemensamma förståelse skapar förutsättningar för samverkan mellan aktörer inom branschen, inte minst vad gäller utveckling av standarder, indikatorer eller forum för erfarenhetsutbyte. Det efterfrågades också tydligt i intervjuerna, vilket antyder ett växande behov av kollektiva initiativ som möjliggör systematisering och mätbarhet. Detta ligger i linje med Hahn et al. (2016) värdeskapandekedja, där sociala effekter måste definieras, mätas och följas upp för att kunna bidra till strategiskt beslutsfattande och legitimitet. På så sätt kan social hållbarhet gå från att vara en "mjuk parameter" till en integrerad del av affärsmodellen.

5.2.1.2 Varumärkesprofilering

En viktig drivkraft för att integrera social hållbarhet i logistikfastighetsbranschen är behovet av att kunna visa konkreta resultat, inte minst för externa intressenter som investerare, kommuner och hyresgäster. Flera intervjupersoner lyfter att det fortfarande saknas etablerade metoder för att kvantifiera sociala värden på ett tydligt sätt, vilket försvårar både uppföljning och kommunikation. I detta sammanhang framhålls certifieringssystem som ett verktyg som både strukturerar arbetet och stärker varumärket. Särskilt lyfts Fitwel fram som ett certifieringssystem med stark koppling till social hållbarhet, där faktorer som hälsa, välbefinnande, social interaktion och tillgång till trygga och inkluderande miljöer är centrala (WSP, 2024).

"Det är först när vi certifierar sociala aspekter, som med Fitwel, som vi verkligen kan visa vad vi menar med social hållbarhet - annars blir det lätt bara fina ord." - Hållbarhetskonsult, Fastighetskonsultbolag

Denna typ av certifiering gör det möjligt att inte bara arbeta systematiskt med sociala mål, utan också att synliggöra dem externt på ett sätt som stärker legitimiteten och differentierar företaget i en konkurrensutsatt marknad.

Ur ett Creating Shared Value-perspektiv (Porter & Kramer, 2011) kan detta tolkas som ett sätt att skapa affärsnytta genom att adressera samhällsutmaningar, som exempelvis segregation eller social exkludering. Samtidigt belyser legitimitetsteorin (Suchman, 1995) varför företag tenderar att använda externa certifieringar: det ökar trovärdigheten och visar på ansvarstagande i enlighet med samhällets förväntningar. Certifieringar som Fitwel blir därmed inte bara interna styrverktyg utan även viktiga komponenter i det strategiska varumärkesbyggandet.

5.2.1.3 Ekonomisk avkastning

En genomgående iakttagelse från intervjuerna är att social hållbarhet har en begränsad roll i logistikföretagens affärsmodeller, särskilt i jämförelse med ekonomisk och ekologisk hållbarhet.

"Social hållbarhet upplevs spela en liten roll i affärsmodellen, och är inte ett primärt ben på samma sätt som ekonomisk och ekologisk hållbarhet som har tydligt definierade mål och uppföljning."

- Affärs- och fastighetschef, Nordiskt logistikfastighetsföretag

Detta pekar på att sociala frågor ofta hamnar i skymundan, trots att de potentiellt kan bidra till långsiktig affärsnytta. Ett annat citat som nyanserar denna bild och öppnar för nya möjligheter är:

"Investeringar i social hållbarhet ger snabbare ekonomisk avkastning än vad investeringar i miljömässig hållbarhet ger."

- Hållbarhetschef, kommersiellt fastighetsbolag

Här framträder en ekonomisk drivkraft som skulle kunna användas för att motivera en starkare integration av social hållbarhet redan från start i affärsmodellen.

Ur ett teoretiskt perspektiv kan detta tolkas genom Creating Shared Value (Porter & Kramer, 2011), där sociala investeringar inte ses som en kostnad, utan som en strategi för att skapa gemensamt värde för både samhälle och företag. Samtidigt belyser legitimitetsteorin varför social hållbarhet ofta prioriteras lägre, företag tenderar att fokusera på de områden där förväntningar från externa intressenter är tydligast, såsom klimat- och miljöarbete. Den ekonomiska potential som påvisas i citatet ovan kan därför fungera som en förankring mellan legitimitetsskapande och värdeskapande, och därigenom bana väg för att social hållbarhet i högre grad integreras som en strategisk komponent i affärsmodellen.

5.2.2 Hinder för att integrera social hållbarhet

Trots den höga graden av strategisk integration och upplevd kapacitet kvarstår flera betydelsefulla hinder, inte i form av konkreta barriärer, utan i form av brist på enhetlig begreppsanvändning och svårigheter att mäta effekt. Enkäten visar till exempel att det högst rankade området (medelvärde 6,35 av 7) rör interna HR-insatser som mångfald och medarbetares välmående. Samtidigt saknas lika tydlig prioritering för externa dimensioner av social hållbarhet, exempelvis trygghet i närområden eller arbetsvillkor för hyresgästernas personal.

5.2.2.1 Begreppet social hållbarhet

En genomgående observation är bristen på en gemensam förståelse för vad social hållbarhet innebär inom fastighetsbranschen. Att definiera och omsätta begreppet i praktiken har visat sig vara en utmaning, vilket speglar samma svårighet som länge präglat diskussionen kring företags samhällsansvar. Trots att CSR har studerats i över 60 år finns det fortfarande ingen allmänt accepterad definition. Tidigare tolkningar samlade ofta alla frågor utanför ekonomi och juridik under etik eller filantropi. Men Dahlerus analys från 2008 visar att sociala aspekter bör ses som en egen dimension, vid sidan av miljömässiga och ekonomiska hänsyn.

Fastighetssektorn befinner sig fortfarande i en fas där man försöker förstå hur dessa olika delar av socialt ansvar ska vägas samman och vävas in i den dagliga verksamheten. Fokus ligger ofta på frågor som rör personal och interna processer, men att arbeta med social hållbarhet kräver ett bredare perspektiv som även omfattar ansvar gentemot samhället i stort.

Både i intervjuer och enkätundersökningar framkommer en gemensam bild av att det är svårt att konkretisera vad social hållbarhet faktiskt innebär i praktiken. Detta bekräftar tidigare forskning, som pekar på att begreppet är starkt beroende av kontext och saknar en entydig definition (Olsson, 2012; Dempsey et al., 2011).

För att minska avståndet mellan teori och praktik finns ett tydligt behov av ett mer konkret arbetssätt. Vi ser en möjlighet att utveckla ett verktyg som stödjer arbetet med social hållbarhet både i tidiga skeden, som vid upphandling och planering, och i senare faser som drift och förvaltning.

En sådan modell bör vara praktiskt användbar och bidra till att hållbarhetsaspekter blir en naturlig del av fastighetsutvecklingen. Detta ligger i linje med vad både Foot och Ross (2004) samt Boström (2012) lyfter fram, att det blir lättare att arbeta med social hållbarhet när begreppet har konkret innehåll och utvecklas i dialog med verksamheten och dess intressenter.

Vår analys visar att ett fungerande ramverk bör ta sin utgångspunkt i de värden och behov som identifierats i det empiriska materialet. Det handlar till exempel om trygghet, tillgänglighet, trivsel och inkludering. På så sätt kan konceptet inte bara bidra till ökad struktur i hållbarhetsarbetet, utan också förankras i den kontext där det ska användas, vilket är avgörande för legitimitet och genomförbarhet (Bramley & Power, 2009).

5.2.2.2 Bristen på uppföljningsverktyg

Ett annat återkommande hinder rör bristen på systematiska uppföljningsverktyg. Många aktörer uttrycker ett behov av att kunna mäta effekterna av sina insatser, inte bara rapportera aktiviteter. Avsaknaden av gemensamma indikatorer gör det svårt att avgöra vad som fungerar och hur olika åtgärder påverkar den sociala miljön över tid. Detta försvårar kopplingen till affärsnytta och riskerar att nedprioritera hållbarhetsarbetet.

Här kan värdeskapandekedjan (Hahn et al., 2016) erbjuda ett ramverk som möjliggör en mer strukturerad uppföljning, men det framgår att det ännu inte tillämpas i någon större utsträckning inom logistikfastigheter.

Det handlar delvis om brist på organisatorisk kapacitet, såsom resurser för datainsamling och långsiktig analys, men också om att hållbarhet ännu inte ses som fullt integrerad i kärnverksamheten.

I förlängningen blir även teorin om “Broken Windows” (Kelling & Wilson, 1982) relevant: utan verktyg för att tidigt identifiera sociala risker, riskerar företag att förbise viktiga signaler. Detta kan få konsekvenser för både varumärke och ekonomiskt värde, särskilt när tillgångar som fastigheter är tätt knutna till den sociala kontexten.

Ett centralt hinder i arbetet med social hållbarhet är att uppföljning och utvärdering ofta fokuserar på perspektivet hos beslutsfattare snarare än slutanvändare. Intervjuerna visar på att det i många fall genomförs enkäter och utvärderingar enbart med projektledare, förvaltare eller andra personer i ledande positioner, vilket innebär att de faktiska användarna av byggnaden, exempelvis hyresgäster, anställda eller besökare inte får komma till tals. Ett exempel på detta är som en respondent sa:

”Medarbetarundersökningar kan fångas upp, men de når bara personer på ledande befattningar hos hyresgästen”

- Affärsutvecklingschef på ett nordiskt logistikfastighetsföretag

Detta riskerar att ge en snedvriden bild av hur byggnaden upplevs i praktiken, och därmed missa viktiga aspekter av trivsel, trygghet och funktionalitet som är centrala för social hållbarhet. Som tidigare forskning betonar kräver en hållbar utveckling ett deltagandeperspektiv där olika användargrupper inkluderas (Dempsey et al., 2011; Boström, 2012). Att endast lyssna till beslutsfattarna innebär därför inte bara en brist i datainsamlingen, utan också ett demokratiskt underskott i hållbarhetsarbetet.

5.2.2.3 Framtiden

Ett hinder som identifierades i flera intervjuer är att framtidens logistikfastigheter i allt större utsträckning förväntas bli automatiserade, vilket kan påverka hur företag ser på värdet av att investera i social hållbarhet. I takt med att tekniska lösningar som robotlager och obemannade terminaler ökar så minskar den fysiska närvaron av människor i fastigheterna, vilket i sin tur kan leda till att aspekter som arbetsmiljö, social interaktion och trivsel ges lägre prioritet. En respondent uttryckte detta med viss skepsis:

"Vi bygger för logistik, inte för människor, och när det inte längre finns människor i byggnaderna, hur motiverar man då social hållbarhet?" - Hållbarhetskonsult, Fastighetskonsultbolag

Uttalandet belyser en upplevd motsättning mellan teknologisk utveckling och sociala ambitioner. Här uppstår ett potentiellt glapp i hur företag resonerar kring framtida investeringar, om den mänskliga närvaron minskar kan drivkrafterna för att skapa hälsosamma, trygga och inkluderande miljöer upplevas som mindre relevanta.

Sammanfattningsvis visar analysen att logistikfastighetsbranschen har goda förutsättningar för att integrera social hållbarhet, där både interna strukturer och externa incitament skapar handlingsutrymme. Drivkrafter såsom varumärkesvärde, fastighetsägares krav och interna HR-initiativ framstår som centrala möjliggörare. Samtidigt kvarstår betydande hinder, främst kopplade till bristen på enhetlig begreppsanvändning, mätbarhet och inkluderande uppföljning. För att överbrygga glappet mellan intention och implementering krävs en mer systematisk förståelse av social hållbarhet, som omfattar såväl interna som samhälleliga dimensioner och verktyg som möjliggör konkret utvärdering över tid.

6. Slutsats

Studien visar att social hållbarhet har potential att utvecklas till en strategisk tillgång inom logistikfastighetsbranschen, men att den ännu inte är fullt integrerad i företagens affärsmodeller. Både enkätresultat och intervjusvar indikerar att utmaningen inte främst handlar om brist på resurser eller kunskap, utan snarare om svårigheter att definiera begreppet, fastställa relevanta mätmetoder samt tydliggöra kopplingen mellan social hållbarhet och affärsnytta.

Företagens fokus på interna insatser och varumärkesbyggande visar att sociala frågor drivs av strategiska överväganden, inte bara yttre krav. Samtidigt riskerar externa aspekter som trygghet, inkludering och sociala villkor i närområden att hamna i skymundan. Detta begränsar hållbarhetsarbetet till punktinsatser snarare än ett långsiktigt helhetsgrepp.

Vår slutsats är att ett centralt steg mot att integrera social hållbarhet i det Nordiska logistikfastighetsföretagets verksamhet är att operationalisera begreppet genom konkreta verktyg. Därför har vi utvecklat en påbörjan till en färdplan, se Bilaga C, i form av en checklista. Denna bygger på vetenskaplig litteratur samt insikter från intervjuer och enkätundersökningar. Genom att använda den kan logistikfastighetsföretag skapa en systematik för att beakta sociala värden i beslutsfattandet.

På så vis kan social hållbarhet bli en integrerad del av affärsstrategin, snarare än en sidoaktivitet. I linje med Boström (2012) kan detta även bidra till att normalisera diskussionen om sociala värden inom fastighetsutveckling, inte som ett hinder, utan som en del av både affärsnytta och samhällsansvar.

6.1 Framtida forskning

Studien belyser behovet av en gemensam definition och tydliga mätpunkter för social hållbarhet inom logistikfastighetsbranschen. Idag saknas enhetliga ramverk, vilket försvårar jämförelser, uppföljning och strategisk styrning. Ett viktigt bidrag till forskningsfältet blir därför att utveckla indikatorer som både fångar upp sociala värden och är praktiskt tillämpbara i olika skeden av fastighetsutveckling.

"Om tjugo år, då kanske vi har mätvärden som vi är överens om. Men fram till dess så kanske vi ska fokusera på att göra och inte mäta."

- Hållbarhetskonsult, Fastighetskonsultbolag

Denna reflektion pekar på ett viktigt forskningsspår: att undersöka hur praktiskt arbete med social hållbarhet kan driva utvecklingen framåt, även i avsaknad av färdiga verktyg. Framtida studier bör därför fokusera både på utvecklingen av gemensamma mätetal och på att följa upp hur företag experimenterar och lär sig genom handling.

6.2 Praktiska implikationer

Som ett resultat av det genomförda arbetet har ett första utkast till en färdplan tagits fram. Syftet med färdplanen (se Bilaga C) är att utgöra ett stöd för det Nordiska logistikfastighetsföretaget i det fortsatta arbetet med att utveckla och fördjupa integrationen av social hållbarhet i affärsmodellen, samt att identifiera hur detta kan generera mervärde. Färdplanen har utformats med utgångspunkt i de slutsatser och den diskussion som förts inom ramen för studien. Den lägger särskild vikt vid praktiska tillämpningar, snarare än teoretiska ramverk, men dessa praktiska implikationer vilar samtidigt på den teoretiska grund som arbetet har behandlat.

Litteraturförteckning

Anguelovski, I., Connolly, J. J. T., Masip, L., & Pearsall, H. (2023). Sustainability and equity in urban development. *Sustainability Science*, 18(1), 15–29.

<https://doi.org/10.1007/s11625-022-01120-w>

Blomé, G. (2012). *Corporate social responsibility in housing management: is it profitable?*. *Property Management*, 30(4), 350-360.

Boström, M. (2012). A missing pillar? Challenges in theorizing and practicing social sustainability. *Sustainability: Science, Practice and Policy*, 8(1), 3–14.

<https://doi.org/10.1080/15487733.2012.11908080>

Bramley, G., & Power, S. (2009). Urban form and social sustainability: The role of density and housing type. *Environment and Planning B: Planning and Design*, 36(1), 30–48.

<https://doi.org/10.1068/b33129>

Brundtland, G. (1987). *Our Common Future: Report of the World Commission on Environment and Development*.

Bryman, A. (2020). *Samhällsvetenskapliga metoder*. Stockholm: Liber.

Camilleri, M. A. (2017). *Corporate sustainability, social responsibility and environmental management: An introduction to theory and practice with case studies*. Springer.

<https://doi.org/10.1007/978-3-319-46849-5>

Carroll, A. B. (1999). *Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct*. *Business & Society*, 38(3), 268-295.

Carroll, A. B., & Shabana, K. M. (2010). The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 85-105. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00275.x>

Colantonio, A., & Dixon, T. (2011). *Urban regeneration and social sustainability: Best practice from European cities*. Wiley-Blackwell.

Corman, H., & Mocan, N. (2002). *Carrots, sticks and Broken Windows*. Cambridge: National Bureau of Economic Research.

Crane, A., Palazzo, G., Spence, L. J., & Matten, D. (2014). *Contesting the value of "creating shared value"*. *California Management Review*, 56(2), 130-153.

Dahlsrud, A. (2008). How corporate social responsibility is defined: An analysis of 37 definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 15(1), 1-13. <https://doi.org/10.1002/csr.132>

Denscombe, M. (2017). *Forskningshandboken: för småskaliga forskningsprojekt inom samhällsvetenskaperna*. Studentlitteratur AB.

Dempsey, N., Bramley, G., Power, S., & Brown, C. (2011). The social dimension of sustainable development: Defining urban social sustainability. *Sustainable Development*, 19(5), 289-300. <https://doi.org/10.1002/sd.417>

Energimyndigheten. (2018). *Gröna avtal ger goda resultat*. <https://www.energimyndigheten.se/effektiv-energianvandning/offentlig-sektor/aktorer-som-bidrar-med-kunskap/grona-avtalger-goda-resultat/>

European Commission. (2011). *A renewed EU strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility* (COM(2011) 681 final). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52011DC0681>

Epstein, E. M. (1972). The historical enigma of corporate legitimacy. *California Law Review*, 60(6), 1701–1717. <https://doi.org/10.15779/Z38NQ4Sepub.uni-regensburg.de>

Folkhälsomyndigheten. (2018). *Social hållbarhet - en förutsättning för en god och jämlik hälsa*. https://www.folkhalsomyndigheten.se/motesplats-social-hallbarhet/social-hallbarhet/?utm_source=chatgpt.com

Foot, J., & Ross, M. (2004). *Social sustainability: A reflection on the UK experience*. ESD Toolkit. <https://www.esdtoolkit.org>

Google. (2025). *Social hållbarhet*. https://www.google.com/search?q=social+h%C3%A5llbarhet&rlz=1C5CHFA_enSE1050SE1071&oq=social+&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUqDggBEEUYJxg7GIAEGIoFMgYIABBFGDkyDggBEEUYJxg7GIAEGIoFMgoIAhAAGLEDGIAEMgcIAxAAAGIAEMgcIBBAAGIAEMgcIBRAAGIAEMgcIBhAAGIAEMgcIBxAAGIAEMgcICBAAGIAEMg0ICRAAGIMBGLEDGIAE0gEJMzc5MmowajElqAIIaIB8QXIaNXv_crr3_EFyGjV7_3K698&sourceid=chrome&ie=UTF-8

Gustavsson, E., & Elander, I. (2014). *Social hållbarhet i stadsutveckling? Uppföljning av tio projekt i svenska städer*. Centrum för Urbana och Regionala Studiers skriftserie. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1094139/FULLTEXT01.pdf>

Hahn, G., Hök, K., & Jannesson, E. (2016). *Så mäts socialt hållbart värdeskapande*. Studentlitteratur AB, Lund.

Hurst, J. W. (1970). *The legitimacy of the business corporation in the law of the United States 1780–1970*. University of Virginia Press.

International Organization for Standardization. (2010). *ISO 26000: Guidance on social responsibility*. <https://www.iso.org/standard/42546.html>

Julius AI (2025). *Your AI Data Analyst*. <https://www.julius>

Kelling, G. L., & Wilson, J. Q. (1982). *Broken Windows*. *The Atlantic*.

Lohmann, N., & Wahlstedt, M. (2015). *Bostadsutveckling & Social hållbarhet*. Lunds universitet. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:839222/FULLTEXT01.pdf>

Marrewijk, V. (2003). Concepts and definitions of CSR and corporate sustainability: Between agency and communion. *Journal of Business Ethics*, 44(2–3), 95–105. <https://doi.org/10.1023/A:1023331212247>

McGuire, J. W. (1963). *Business and Society*. New York: McGraw-Hill.

Nachemson-Ekwall, S. (2022). *Social hållbarhet i fastighetsbranschen*. PwC Sverige. <https://www.pwc.se/sv/esg/social-hallbarhet-i-fastighetsbranschen.pdf>

OECD. (2024). *OECD:s vägledning om tillbörlig aktsamhet för ansvarsfullt företagande*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/d13890f9-sv>.

Olsson, K. (2012). *Social hållbarhet - vad är det?* Malmö Stad. <https://malmo.se/download/18.2ee5947012e8bb0f4ae7ff/1671183120315/Social-hallbarhet-vad-ar-det.pdf>

Palm, P. (2015). *Fastighetsnomenklatur #13*. Stockholm: Fastighetsnytt.

Patel, R. & Davidson, B., 2003. *Forskningsmetodikens grunder: att planera, genomföra och rapportera en undersökning*. Lund: Studentlitteratur.

Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). *Creating shared value: How to reinvent capitalism—and unleash a wave of innovation and growth*. *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62-77.

Redclift, M. (2005). Sustainable development (1987-2005): An oxymoron comes of age. *Sustainable Development*, 13(4), 212-227. <https://doi.org/10.1002/sd.281>

Sayce, S., Sundberg, A., & Cowling, E. (2009). *Sustainable property: A premium product?* European Real Estate Society (ERES). https://ideas.repec.org/p/arz/wpaper/eres2009_177.html

- Shirazi, M. R., & Keivani, R. (2019). The triad of social sustainability: Defining and measuring social sustainability of urban neighbourhoods. *Urban Research & Practice*, 12(4), 448–471. <https://doi.org/10.1080/17535069.2018.1469039>
- Shocker, A. D., & Sethi, S. P. (1973). An approach to incorporating societal preferences in developing corporate action strategies. *California Management Review*, 15(4), 97–105. <https://doi.org/10.2307/41164466journals.sagepub.com>
- Smith, J., & Brown, L. (2023). *Sustainable development in urban planning*. *Sustainable Development*, 31(2), 123-134. <https://doi.org/10.1002/sd.417>
- Stender, M., & Walter, A. (2019). The role of social sustainability in building assessment. *Building Research & Information*, 47(5), 598–610. <https://doi.org/10.1080/09613218.2018.1468057>
- SurveyMonkey. (u.å). *Survey completion times*. SurveyMonkey. https://uk.surveymonkey.com/curiosity/survey_completion_times/
- Svensk Handel. (2024). *Hållbarhetsundersökning 2023/2024*. <https://www.svenskhandel.se/api/documents/sh-hallbarhetsundersokning-2023-2024.pdf>
- Wood, D. J. (1991). *Corporate social performance revisited*. *Academy of Management Review*, 16(4), 691-718.
- WSP. (2024). *Miljöcertifiering och hälsocertifiering av byggnader*. <https://www.wsp.com/sv-se/tjanster/miljocertifiering-av-byggnader>

Bilaga A - Enkätundersökning

Detta formulär syftar till att undersöka hur och varför företag arbetar med social hållbarhet, samt hur de utvärderar sina insatser. Det berör även företagets lärandeprocesser och samverkan inom branschen. Genom att besvara formuläret, vilket tar **ca 7 minuter**, bidrar du till en ökad förståelse av drivkrafter, utmaningar och möjligheter inom social hållbarhet.

Vilken roll har du i företaget?

- Inom hållbarhet
- Inom förvaltning
- Inom affärsutveckling
- Inom projekt
- Annat

Arbetar ditt företag med social hållbarhet?

- Ja → Gå till A2
 - Nej → Gå till A1
-

Avsnitt A1 – Frågor om varför företaget inte arbetar med social hållbarhet

(sjupunktsskala, 1 = ”instämmer inte alls”, 7 = ”instämmer helt”)

- Företaget arbetar inte med social hållbarhet eftersom det saknar lönsamhet
 - Företaget arbetar inte med social hållbarhet på grund av brist på intern kunskap
 - Företaget arbetar inte med social hållbarhet på grund av brist på extern kunskap
 - Företaget arbetar inte med social hållbarhet på grund av brist på resurser
-

Avsnitt A2 – Frågor om företagets olika sociala initiativ

(sjupunktsskala, 1 = ”instämmer inte alls”, 7 = ”instämmer helt”)

- Företaget arbetar med sociala hållbarhetsinitiativ i form av fysiska investeringar i fastighetsbeståndet (t.ex. lägenheter med lägre hyror, utveckling av gårdar och utemiljöer).
- Företaget arbetar med sociala hållbarhetsinitiativ i form av ekonomiskt stöd till föreningar och intressegrupper (stödet kan vara rent ekonomiskt eller ske via mark eller lokaler).
- Företaget arbetar med sociala hållbarhetsinitiativ inom intern verksamhet/HR (t.ex. god hälsa och välbefinnande för befintlig personal samt ett mångfaldsperspektiv vid rekrytering).
- Företaget arbetar med sociala hållbarhetsinitiativ genom att erbjuda samhällsnyttiga insatser (t.ex. anställning eller praktik för personer utanför arbetsmarknaden eller läxhjälp).
- Företaget arbetar med sociala hållbarhetsinitiativ genom kommunikation och samverkan med andra aktörer eller kunder.

- Företaget arbetar med sociala hållbarhetsinitiativ genom val av leverantörer, materialval och upphandling.
 - Företaget arbetar med sociala hållbarhetsinitiativ genom att arbeta med trygghet (t.ex. trygghetsvårdar).
-

Avsnitt B – Frågor om varför företaget arbetar med social hållbarhet

(sjupunktsskala, 1 = ”instämmer inte alls”, 7 = ”instämmer helt”)

- Företaget arbetar med social hållbarhet för att öka kundnöjdheten
 - Företaget arbetar med social hållbarhet för att öka fastighetsvärdet
 - Företaget arbetar med social hållbarhet för att stärka varumärket
 - Företaget arbetar med social hållbarhet för att möta de krav som ställs på fastighetsägare
-

Avsnitt C – Frågor om vem eller vilka som ställer krav på social hållbarhet

(sjupunktsskala, 1 = ”instämmer inte alls”, 7 = ”instämmer helt”)

- Företaget upplever att hyresgäster ställer krav på social hållbarhet
 - Företaget upplever att ägare ställer krav på social hållbarhet
 - Företaget upplever att kommuner ställer krav på social hållbarhet
 - Företaget upplever att andra aktörer ställer krav på social hållbarhet
 - Företaget upplever att det inte finns några krav på social hållbarhet
-

Avsnitt D – Anser du att företagets sociala investeringar bidrar till företagets lönsamhet?

- Ja → Gå till avsnitt D1
 - Nej → Gå till fråga E
-

Avsnitt D1 – Frågor om lönsamhet

(sjupunktsskala, 1 = ”instämmer inte alls”, 7 = ”instämmer helt”)

- Investeringar i social hållbarhet bidrar till lönsamhet genom nöjda kunder
 - Investeringar i social hållbarhet bidrar till lönsamhet genom ökat fastighetsvärde
 - Investeringar i social hållbarhet bidrar till lönsamhet genom ett starkare varumärke
 - Investeringar i social hållbarhet bidrar till lönsamhet genom minskade kostnader
 - Investeringar i social hållbarhet bidrar till lönsamhet genom affärsnytta
-

Avsnitt E – Utvärderar företaget sina sociala investeringar/insatser?

- Ja → Gå till avsnitt E2
 - Nej → Gå till avsnitt E1
-

Avsnitt E1 – Frågor om varför företaget inte utvärderar sina sociala insatser

(sjupunktsskala, 1 = ”instämmer inte alls”, 7 = ”instämmer helt”)

- Företaget utvärderar inte sina sociala insatser eftersom det saknas en erkänd tillämplig metod
 - Företaget utvärderar inte sina sociala insatser på grund av brist på kunskap
 - Företaget utvärderar inte sina sociala insatser på grund av brist på resurser
 - Företaget utvärderar inte sina sociala insatser på grund av brist på efterfrågan
-

Avsnitt E2 – Frågor om hur företaget utvärderar sina sociala insatser

(sjupunktsskala, 1 = ”instämmer inte alls”, 7 = ”instämmer helt”)

- Företaget utvärderar sina sociala investeringar genom att se hur fastighetsvärdet påverkas
 - Företaget utvärderar sina sociala investeringar genom en kostnadseffektivitetsanalys eller en nytto-kostnadsanalys
 - Företaget använder personlig erfarenhet för att utvärdera sina sociala insatser
 - Företaget använder medieuppmärksamhet för att utvärdera sina sociala insatser
 - Företaget använder förbättrade resultat i markanvisningstävlingar för att utvärdera sina sociala insatser
 - Företaget använder kundnöjdhetsundersökningar för att kontinuerligt utvärdera sina sociala insatser
 - Företaget använder en väsentlighetsanalys baserad på statistiska siffror före och efter insatsen för att utvärdera sina sociala insatser
-

Avsnitt F – Frågor om lärande

(sjupunktsskala, 1 = ”instämmer inte alls”, 7 = ”instämmer helt”)

- Företaget använder lärdomar från tidigare initiativ för att utveckla arbetet med social hållbarhet
- Företaget använder lärdomar från andra företags insatser för att utveckla arbetet med social hållbarhet
- Företaget använder lärdomar från experter/konsulter för att utveckla arbetet med social hållbarhet
- Företaget har dialog och samarbete med olika intressenter (akademi, kommuner, stat och andra företag) för att utveckla arbetet med social hållbarhet.
- Företaget samlar in kunskap/åsikter från hyresgäster eller allmänheten för att utveckla arbetet med social hållbarhet.

Avsnitt G – Samarbetar företaget med andra inom branschen?

- Ja → Gå till avsnitt G2
- Nej → Gå till avsnitt G1

Avsnitt G1 – Om inte, varför? (Öppen fråga) *Gå vidare till avsnitt G3*

Avsnitt G2 – På vilket sätt samarbetar företaget inom branschen?

- Opretentiöst samarbete med nyckelpersoner i andra företag
- Gemensamma projekt
- Förutbestämda branschdagar
- Branschorganisationer

Avsnitt G3 – Öppen kommentar

Finns det något som saknades i enkäten eller något mer du vill förmedla?

Bilaga B - Intervjuguide

Bakgrund och förståelse av social hållbarhet

1. Kan du definiera vad social hållbarhet är för dig?
2. Kan du berätta lite om hur ni arbetar med social hållbarhet idag?
3. Vilka faktorer anser du är de främsta drivkrafterna för att företag ska arbeta med social hållbarhet?
4. Hur definierar du social hållbarhet i relation till fastighetsbranschen och logistikfastigheter?
5. Vilka aktörer eller faktorer upplever du ställer krav på social hållbarhet inom er bransch?
6. Vilken roll anser du att social hållbarhet spelar i affärsmodell?
7. Hur har arbete med social hållbarhet utvecklats över tid?

Implementering av social hållbarhet i affärsmodellen

8. På vilket sätt beaktas social hållbarhet vid förvärv av nya fastigheter?
9. Finns det specifika sociala hållbarhetsmål som styr företagets beslut vid investeringar?
10. Hur anser du att social hållbarhet är en del av ditt dagliga arbete?
11. Hur påverkar social hållbarhet relationer med hyresgäster, lokalsamhällen och kommuner?
12. Hur mäter och utvärderar ni effekten av era sociala hållbarhetsinsatser?

Mätning och utvärdering av social hållbarhet

13. Hur mäter och utvärderas sociala hållbarhetsinitiativ?
14. Vilka utmaningar ser du med att kvantifiera social hållbarhet inom fastighetsbranschen?
15. Hur ser du på möjligheterna att skapa standardiserade indikatorer för social hållbarhet?
16. Hur säkerställer ni att era initiativ inom social hållbarhet har haft den önskade effekten? Kan ni ge exempel på hur ni följer upp, utvärderar och eventuellt justerar era insatser baserat på resultat?

Utmaningar och möjligheter

17. Vilka är de största hindren för att integrera social hållbarhet i fastighetsbranschen?
18. Finns det exempel på framgångsrika sociala hållbarhetsinitiativ?

19. Hur kan fastighetsbolag arbeta mer proaktivt med social hållbarhet i samarbete med kommuner och andra aktörer?

Framtidsperspektiv

20. Hur tror du att social hållbarhet i logistikfastigheter kommer att utvecklas inom de närmaste fem till tio åren?
21. Vilka externa faktorer (ex. lagstiftning, kundkrav, samhällsförändringar) tror du kommer att påverka arbete med social hållbarhet mest?
22. Om du fick förändra en sak inom fastighetsbranschen för att förbättra social hållbarhet, vad skulle det vara?

CATENA

Färdplan Social Hållbarhet

SOCIAL HÅLLBARHET

Senast uppdaterad: 21 maj 2025

INRE OCH YTTRE MILJÖ: ARBETSMILJÖ, TRYGGHET OCH HÄLSA

Mål: Främja hälsa, trivsel och trygghet för alla som vistas i eller arbetar i fastigheten.

Åtgärder:

- Arbetsmiljöanalys: ljus, luft, ljud, ergonomi, pausytor
- Trygghetsanalys: belysning, kameraövervakning, personalnärvaro, underhåll.
- Identifiera möjligheter till **Fitwel** eller **WELL**-certifiering.
- Skapa rekreativa ytor: grillplats, gröntak, sittplatser, aktivitetsytor
- Inför policy för återkommande trygghetsrund

Indikatorer:

- Antal certifierade (eller per-certifierade) projekt
- Användarnas upplevda trygghet (enkät)
- Antal rekreativa ytor i projekt

SAMHÄLLSNYTTA OCH DELAT VÄRDE

Mål: Bidra till samhällsutveckling och skapa win-win mellan affär och samhälle (CSV).

Åtgärder

- Identifiera lokala behov och möjligheter: föreningslokal, utbildning, vård, kultur.
- Samverka med sociala företag, kooperativ eller utbildningsaktörer.
- Integrera samhällsnyttiga funktioner i byggnaden (t.ex. gratis Wi-Fi, **coworking**)
- Kvantifiera och kommunicera CSV-effekter: t.ex. hur energieffektivisering ger sysselsättning lokalt.

Indikatorer:

- Antal partnerskap med sociala aktörer
- Antal samhällsnyttiga funktioner i fastigheten
- Upplevd nytta hos lokalsamhället (enkät, intervjuer)

PERSONALENS SOCIALA TILLVARO OCH DELAKTIGHET

Mål: Främja en socialt hållbar arbetsmiljö för anställda i byggnaden.

Åtgärder

- Genomför regelbunden personalundersökning (trivsel, delaktighet, tillgång till resurser)
- Skapa inflytande kanaler (förbättringsförslag, arbetsmiljökommittéer)
- Säkerställ jämställdhet och icke-diskriminering (inkl. analys av olika grupper)
- Erbjud rekreations-och friskvårdsutrymmen
- Knyt resultat till andra KPI:er som sjukfrånvaro, personalomsättning

Indikatorer:

- Resultat från personalenkät
- Antal förbättringsförslag från personal
- Andel byggnader med paus-/vilo-/friskvårdsytor



CHALMERS