

Se upp för etikpoliserna

De organisationer och företag som har tagit som sin uppgift att se till att företag tar ett miljömässigt och socialt ansvar, blir allt fler och allt aggressivare. En av de mest aggressiva i Sverige heter Swedwatch. Verkstadsjätten Atlas Copco, detaljhandelsföretagen Clas Ohlson och Coop är några som har fått känna av Swedwatches granskningar.

Av Anne Nilsson, Dagens Industri 2006-03-17

Bland pappershögar och kartongtravar i en sliten före detta butiklokal i Stockholmsförorten Årsta koordinerar organisationen Swedwatch sitt arbete.

Sedan 2002 har Swedwatch verkat utifrån en hittills unik position i Sverige. Organisationen är den första i sitt slag som på plats undersöker hur svenskrelaterade storföretag betar sig i tredje världen och Östeuropa när det gäller mänskliga rättigheter och miljö.

Personalstyrkan består av fyra personer: kanslichefen Örjan Bartholdson och hans tre granskare Kristina Bjurling, Mats Valentin och Sara Nordbrand. Tillsammans har de gedigna erfarenheter av akademisk forskning, journalistik, arbete i utvecklingsländer och från internationella storföretag.

Fem granskningsresor

Med endast ett par miljoner kronor i årliga bidrag från Sida i ryggen, håller Swedwatch på att etablera sig som en maktfaktor som företagen inte har råd att nonchalera – åtminstone inte konsumentföretagen. Hittills har fem granskningsresor genomförts och elva rapporter skrivits.

Men Swedwatch är inte ensam blåslampa på företagen. Många känner sig kallade att ta på etikpoliströjan och bevaka hur företagen hanterar sina verksamheter i andra länder.

Förra veckan kom till exempel Amnesty Business Group med en rapport om hur de största svenska företagen hanterar mänskliga rättigheter.

Men dessa organisationer står inte oemotsagda. En som nyligen satt fart på debatten är Mats Qviberg, vd för investmentbolaget Öresund. Han anser att flummigt etikprat sätter krokben för företagandet.

Medierna hjälper till

Att det handlar om flum vill inte Örjan Bartholdson på Swedwatch höra talas om. Men han medger att den uppmärksamhet Swedwatches rapporter ges i medierna kan vara besvärande för de granskade företagen.

”Genomslaget i medierna är en av många påtryckarmekanismer på företagen”, säger han.

Och medierna är en viktig kugge för att uppmärksamma välkända företags brister på området. Rapporterade brister leder till rubriker i tidningar och tv:s nyhetskanaler och till offentliga debatter.

Nyligen blev verkstadsjätten ABB, teknikkonsulten Sweco samt Consafe Offshore i oljebranschen uthängda i en rapport från Swedwatch för sin del i ett gigantiskt oljeoch gasprojekt i nordöstra Ryssland. Enligt Swedwatch hotar projektet en valart och leder till betydande miljöskador.

Stor uppmärksamhet blev det när Swedwatch, lagom till julhandeln 2004, i tv-programmet ”Uppdrag granskning” konstaterade att det förekommer kränkningar av arbetarnas rättigheter hos nio kinesiska leverantörer av leksaker till Brio, Top Toy, Coop, Ica och Åhléns, som tillsammans står för runt halva den svenska leksaksförsäljningen.

Tidigare har också verkstadsjättarna Atlas Copco och Sandvik kritiserats starkt av Swedwatch för att de sålde utrustning till gruvbolag i Ghana som orsakade omfattande miljöförstöring.

Gränsdragningsproblem

Att Swedwatch har riktat in sig på de största företagen beror på att de har kommit längst i arbetet med etiska frågor, är branschdrivare och lite av trendsättare för de medelstora företagen.

”Vår studie av leksakstillverkningen i Kina visade tydligt att här fanns det företag som hade lagt ambitiösa uppförandekoder, men leverantörerna fuskade. De använde sig av dubbel bokföring, skrev upp en sak och gjorde en annan”, säger Örjan Bartholdson.

När Swedwatch väljer och planerar nya fallstudier ligger högsta prioritet på de verksamheter som sker i problemregioner, områden som är odemokratiska eller där det är krig eller oroligheter. Granskningarna kan också fokusera på principiella frågor, som etiska gränsdragningsproblem – hur långt sträcker sig ett företags ansvar? – och typiska branschdilemman.

”Vi vill visa på bredden av svårigheter som finns inom olika branscher”, säger Örjan Bartholdson.

Därför har alltifrån industriföretag som Atlas Copco, Sandvik, Assa Abloy och Trelleborg till konsumentnära företag som Clas Ohlson, Brio, Åhléns, Kraft Foods och Nestlé varit föremål för granskningar.

Konsumenter mer lyhörda

Det är stor skillnad på hur lyhörda företagen är för Swedwatchs kritik.

”Konsumentföretagen är klart känsligare, mer lyhörda och reagerar snabbare på det som skrivs. Här handlar det ju om kaffe eller leksaker som finns i nästan varje hem”, säger Örjan Bartholdson.

Industriföretagen är däremot ofta mindre benägna att föra en dialog med Swedwatch.

En anledning kan vara att deras fall inte alls ger samma mediala eko, tror Örjan Bartholdson.

”Det var inga problem att samla ledningsgrupperna från de stora kaffeföretagen för en dialog. När vi studerade Assa Abloy vägrade företaget att delta i debatter och vi hade svårt att föra dialog”, säger han.

Kritiken som Swedwatch har fått är att de är alltför negativa. De anses bara ta upp brister och fel. Många företag känner sig oskyldigt påhoppade, trots att de ofta gör mycket mer än lokala företag på platsen.

Örjan Bartholdson anser dock inte att Swedwatches roll är att hylla näringslivet, men betonar att de inte har något emot företagsinvesteringar – tvärtom.

Potential att påverka

”Vi är väldigt positiva till investeringar. Företagen har då en potential att påverka och göra något riktigt bra.”

Leder då Swedwatches och andra etikpolisers arbete till någon konkret nytta?

Det beror på vem man frågar. Örjan Bartholdson är helt övertygad om att Swedwatch påverkar företagen i positiv riktning.

Men Clas Ohlson är det enda företag av flera intervjuade som vill tillstå att det har blivit hjälpt av Swedwatches granskning.

”Efter deras rapporter har vi ett gott samarbete för att utnyttja deras erfarenheter i arbetet med vår uppförandekod”, säger Gert Karnberger, vd för Clas Ohlson.

Åke Natt och Dag, miljöchef på Coop Norden, är generellt positiv till granskningar på plats, men är tveksam till om den leksaksgranskning som Coop ingick i har ändrat något i företaget: ”Vi hade ett etiskt kontrollsystem på plats redan innan. Däremot tror jag att andra uthängda företag, som inte alls har kontrollerat arbetsförhållanden i Kina, har påverkats.”

Atlas Copco blev i ett tidigt skede kritiserat av Swedwatch för att inte ta ansvar för sina kunders agerande. Men att göra det vore enligt informationschef Annika Berglund omöjligt.

”Vi tar inte och kan inte ta ansvar för våra kunder, men vi tar indikationer om eventuella miljöbrott eller brott mot mänskliga rättigheter på allvar”, säger hon.

Oförskyllt i skottgluggen

Inte heller Kraft Foods, som marknadsför Gevalia, och Nestlé, med sitt Zoéga, anser att de har påverkats positivt av Swedwatches granskning av kaffeodlingar i Brasilien.

Företagen anser att de oförskyllt hamnat i skottgluggen och hävdar att deras koncerner gjort mer än deras svenska konkurrenter.

”Utredningen hade fått bättre kvalitet om alla kaffeproducenter i Sverige hade fått delta”, säger Marie Louise Elmgren, informationschef på Nestlé.

Både Nestlé och Kraft Foods är dock i grunden positiva till den typ av arbete som Swedwatch utför och anser att det är bra att etikproblem blir belysta.

”Vår studie av leksakstillverkningen i Kina visade tydligt att här fanns det företag som hade lagt ambitiösa uppförandekoder, men leverantörerna fuskade.”

FAKTA/Blåslampor på företagen

Amnesty Business Group: Specialgrupp inom svenska sektionen av Amnesty International. Vill påverka svenska företag att ta ansvar för mänskliga rättigheter.

Banco Fonder: Förvaltare av etiska fonder. Med sin analysmetod vill bolaget påverka företag att ta större ansvar för människor och miljö samtidigt som pengarna ska växa.

Djurens rätt: Vill med attitydoch lagförändringar avskaffa verksamheter som strider mot djurens intressen.

Fair Trade Center: Ideell förening som arbetar för rättvis internationell handel. Gör Etikbarometern, som jämför företags etiska arbete.

Folksam: Försäkringsbolaget har etiska placeringskriterier och arbetar med olika index som pekar ut de bästa och sämsta företagen inom hållbarhetsområdet.

Greenpeace: Miljöorganisationen använder forskning, lobbying, tyst diplomati och icke-våldsaktioner för att verka mot global miljöförstöring.

KPA Pension: Försäkringsbolaget påverkar genom etiska placeringar och uppmuntrar företag de investerar i att ta etiskt ansvar.

Företag till svars: Aktivistgrupp med medlemmar från bland annat Attac. Vill ha internationella regler kring miljö och mänskliga rättigheter för företag.

QIII: Svensk ideell förening som bedömer köpare av tunga vägtransporter vad gäller arbetsmiljö, trafiksäkerhet och miljö vid transporterna. Har en observationslista.

Rena kläder: Svenskt nätverk av organisationer som ingår i internationella Clean Clothes Campaign. Vill förbättra arbetsvillkoren inom klädindustrin.

Robur: Kapitalförvaltarens ägarpolicy säger att bolagen de investerar i ska ta ett miljömässigt och etiskt ansvar. Har miljöoch etikfonder, som gör djupanalyser och håller täta kontakter med svenska bolag.

Svenska naturskyddsföreningen: Står bakom miljömärkningen Bra miljöval, jagar miljöbovar och försöker påverka lagstiftning.

Swedwatch: Undersöker hur svenskrelaterade storföretag beter sig i tredje världen och Östeuropa när det gäller mänskliga rättigheter och miljö.

Transparency International Sverige: Verkar för ett korrupsionsfritt Sverige genom förebyggande arbete och opinionsbildning.

Världsnaturfonden WWF: Samarbetar bland annat med företag för att driva på deras miljöarbete. Genomför också kampanjer, bedriver lobbyarbete etcetera.

Källor: Organisationernas webbplatser