

SAMLADE ARTIKLAR
FRÅN CSRIASIEN.SE



oktober 2009 – juni 2010



© CSR i Asien 2010

Texterna i denna skrift har ursprungligen publicerats på <http://csriasien.se>.
Ett flertal av texterna har även publicerats på <http://www.csripraktiken.se>.

CSR i Asien drivs av ek. dr. Emma Sjöström, som är verksam som lärare och forskare vid Handelshögskolan i Stockholm (HHS). Hon är en av grundarna till Sustainability Research Group (SuRe) vid HHS. Emma Sjöström har bott och arbetat i Asien i olika perioder under åren 2006-2010.

Kontakt: emma.sjostrom@hhs.se

Innehåll

INLEDNING.....	5
LÄGESRAPPORT: CSR I ASIEN.....	6
CSR 10 ÅR FRAMÅT.....	7
FOLKREPUBLICEN KINA FIRAR 60 ÅR, MR-SITUATIONEN FORTFARANDE PROBLEMATISK.....	9
SYDKOREA SATSAR PÅ FÖRNYELSEBAR ENERGI.....	10
INVESTERARE MANAR FÖRETAG ATT KLIMATRAPPORTERA.....	11
TIME UTSETER ÅRETS MILJÖHJÄLTAR	12
MALDIVERNAS MINISTRAR I UNDERVATTENSMÖTE OM KLIMATET	13
NY RAPPORT: SÅ UPPNÅS FÖRBÄTTRINGAR FÖR ANSTÄLLDA PÅ FABRIKER I ASIEN	14
BOLAGSSTYRNING VIKTIGAST FÖR ATT CSR SKA TA FART I ASIEN – INVESTERARE KAN PÅVERKA I RÄTT RIKTNING.....	15
ASIA FLOOR WAGE: NYTT INITIATIV FÖR HÖJDA LÖNER I KLÄDBRANSCHEN	17
AKTIEÄGARAKTIVISM FÖR CSR I HONG KONG: VARFÖR GÅR DET SÅ TRÖGT?.....	19
EN BLOMSTRANDE BILBRANSCH?	21
GREENPEACE: SLUTA SLÄPPA UT TUNGMETALLER I PEARL RIVER!	22
NYHET: ASIAN SUSTAINABILITY RATING.....	24
UTLÄNDSKA FÖRETAGS ANSVAR FÖR YTTRANDEFRIHETEN PÅ INTERNET I KINA	26
GUCCI VILL VÄRNA REGNSKOGEN.....	28
IMPACTT: BÄTTRE ARBETSVILLKOR GER BÄTTRE PRODUKTIVITET	29
HÅLLBAR SEMESTER I ASIEN.....	30
DÅLIGA VILLKOR FÖR TOMTENS MEDHJÄLPARE.....	33
FÅ CSR-PRODUKTER PÅ KINAS FINANSMARKNAD – MEN FLER PÅ GÅNG	34
INDIEN VILL GÖRA CSR TILL HANDELSVARA.....	37
WORLDMAPPER GER NYA PERSPEKTIV PÅ VÄRLDEN	38
RESTAURANGKEDJOR I HONG KONG OCH SINGAPORE DRAR NER PÅ MATSVINNET.....	39
TIGERNS ÅR – KANSKE I VÄRLDSEKONOMIN MEN INTE I DJUNGELN	40
NÄSTA STORA GREJ: VATTEN	41
JAPANS FÖRSTA CYKELPOOL SNART HÄR.....	43
CSR SKAPAR MARKNADSVÄRDE, MENAR FORSKARE.....	44
BRÖSTPUMPNING PÅ JOBBET SKA FRÄMJA JÄMSTÄLLDHETEN I TAIWAN.....	45
STORT INTRESSE FÖR GRÖNT OCH RÄTTVIST BLAND ASIATISKA KONSUMENTER	46

GOOGLE OCH MR: SPEL FÖR GALLERIerna?	47
UTHYRES: HÅLLBART MODE	49
KINAS MILJÖFÖRESPRÅKARE TAR KLIVET IN PÅ BÖRSEN.....	51
ATT UNDVIKA GREENBLUSHING: PR OCH CSR	53
DISNEYLAND I HONG KONG LANSERAR EKOGUIDE FÖR SYNSKADADE	55
CIGARETTFIMPAR OCH ANNAT SKRÄP FÅR NYTT LIV: TRE INSPIRERANDE EXEMPEL.....	56
TRENDSPANING: GRÖNA GALLERIOR OCH KONTOR.....	58
FÖRE DETTA SWEATSHOPARBETARE LANSERAR EGEN KLÄDKOLLEKTION	60
SÅ KAN KÖPANDE FÖRETAG PÅVERKA ARBETSVILLKOREN I VIETNAM	61
ORENT SPEL I FOTBOLLSFABRIKEN	63

INLEDNING

Hur står det egentligen till med hållbar utveckling i allmänhet och CSR i synnerhet i Asien? Är regionen en smutsig industrizon eller en grön framtidsfabrik?

Borde vi oroa oss för hur det ska gå om en miljard kineser börjar köra varsin egen bil och nästan bara bensinfordon står till buds på marknaden? Eller bör vi känna hopp inför tanken på en ny generation asiatiska entreprenörer som är redo att uppgradera till en Hållbar Värld 2.0, innan vi ens hinner säga "yes we can" en gång till?

Sajten [CSR i Asien](#) är till för att svara på det, och mer därtill. Genom de nyheter och kommentarer som publiceras här tas kontinuerligt tempen på det miljövänliga och socialt ansvarsfulla företagandet i världens kanske mest spännande och dynamiska region just nu. I den här skriften finns alla artiklar från hösten 2009 och våren 2010 samlade.

Trevlig läsning!

Emma Sjöström

Grundare av *CSR i Asien*

LÄGESRAPPORT: CSR I ASIEN

Hur bra är egentligen asiatiska företag på CSR? Ligger de i framkant, eller har de nyss börjat närma sig frågorna? Undersökningar på området pekar framför allt på det senare.



Förra året genomförde Oxfam och CSR Asia en [undersökning](#) av 43 företag som är listade på Hongkong-börsens Hang Seng Index. Syftet var att ta reda på i vilken mån CSR har implementerats i bolagen.

Det visade sig att ett fåtal företag har kommit långt i sitt CSR-arbete, medan merparten har mycket kvar att göra, inte minst gällande leverantörskedjor. På det området saknas ofta policies och uppförandekoder som annars borde vara en del av företags centrala riskhantering och ett verktyg för att säkerställa rimliga arbetsvillkor i utvecklingsländer. Många företag har inte heller ett fast grepp om miljöfrågor som relaterar till företagets verksamhet, och saknar miljöolicies, mätsystem och specifika projekt för att minska sin miljöpåverkan.

I en annan undersökning har CSR Asia tillfrågat 80 CSR-ansvariga i 14 länder om hur de ser på sin roll och på CSR. [Studien visar](#) att de flesta företag intar en konservativ ställning till CSR. Personer med CSR-ansvar är typiskt placerade en bit ner i organisationshierarkin, och den typen av arbetspost återfinns främst i riskbranscher, trots att CSR är relevant för alla typer av branscher.

Det mest alarmerande i rapporten är att endast en mindre andel av de CSR-ansvariga hanterar frågor som rör leverantörskedjor, jämställdhet, klimat och biologisk mångfald, och liknande 'heta' områden inom CSR. Istället ägnar sig många CSR-ansvariga åt projekt som inte är kopplade till kärnverksamheten, utan handlar om välgörenhet och filantropi. Studien konstaterar samtidigt att allt fler företag anställer CSR-ansvariga, och uppföljningsstudier kommer att göras för att följa utvecklingen av de här frågorna över tid.

Vi kan konstatera att även om CSR tilldels finns med på den asiatiska kartan, så är det ett område som inte har blommat ut ännu i det företagsekonomiska medvetandet. Det blir spännande att se hur den här typen av rapporter kommer att se ut om några år.

CSR 10 ÅR FRAMÅT

Vad kommer att vara de viktigaste CSR-frågorna de närmaste 10 åren?

I rapporten [”The future of CSR: Trends for the new decade”](#) listas de tio områden som kommer att vara viktigast på CSR-agendan i Asien de nästföljande tio åren. Genom att intervjua 70 personer som är väl insatta i CSR-området har [CSR Asia](#) sorterat fram följande tio-i-topp-lista, som ger en tydlig indikation om vad företagsledare bör hålla koll på i sitt strategiska arbete framgent:

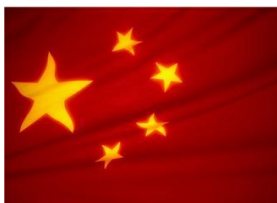


- 1. Klimatförändringar:** Företag kommer att behöva kunna visa att de reducerar sina egna utsläpp av växthusgaser och att de samverkar med andra för att aktivt adressera klimatfrågan.
- 2. Corporate governance:** Den ekonomiska krisen har ytterligare ökat fokus på hur företag styrs och hur beslut fattas. Det förväntas att en växande skara hållbarhetsinriktade/etiska investerare kommer att öka trycket på företag att hålla en hög affärsetisk nivå.
- 3. Arbetsvillkor:** Hur anställda behandlas i organisationen och i leverantörskedjan kommer att kvarstå som en viktig fråga under det kommande decenniet. Löner, diskriminering, arbetsförhållanden och barnarbete är fortsatt viktiga frågor.
- 4. Miljö:** Företags miljöarbete kommer att ha bäring på deras varumärke och rykte. En speciellt viktig miljöfråga är tillgång till rent vatten, men även biologisk mångfald och markanvändning.
- 5. Partnerskap med intressenter:** Mer samverkan förväntas mellan privat sektor och andra aktörer som har förmåga att tackla de ekologiska och sociala utmaningar vi står inför. Det kommer bland annat att ske genom nya former av partnerskap som är grundade i samhälls-entreprenörskap.
- 6. Regleringar och politiskt ledarskap:** Den frivilliga vägen har inte varit så framgångsrik för CSR-frågor i Asien, och tiden är inne för att genomföra formella regleringar för att ge miljöarbete, socialt ansvarstagande och inte minst CSR-rapportering en nödvändig skjuts framåt.
- 7. Utveckling av lokalsamhällen & Fattigdomsbekämpning:** Företag kommer att behöva visa att de investerar i de lokalsamhällen de är verksamma i. I de minst ekonomiskt utvecklade delarna av Asien kommer företag att vara allt mer involverade i fattigdomsbekämpning och mikrofinansprojekt.
- 8. Produktansvar:** Det finns en växande konsumentoro över produkters kvalitet, säkerhet och inverkan på hälsan. Bättre information om ursprungsland, ingredienser och klimatpåverkan kommer att tas fram.

9. Professionalisering av CSR: De CSR-ansvarigas roll i företag kommer att tillmätas större vikt. Genom utbildning kommer kunskapsnivån att höjas både om vad CSR är och om varför det är viktigt att ha en CSR-funktion i företag.

10. Mutor och korruption: Detta kommer att fortsatt vara ett problematiskt område i Asien, och företag kommer att behöva visa hur de arbetar proaktivt för att hantera sådana frågor.

FOLKREPUBLICEN KINA FIRAR 60 ÅR, MR-SITUATIONEN FORTFARANDE PROBLEMATISK



Den 1 oktober var det 60 år sedan Folkrepubliken Kina bildades. Landet har genomgått omvälvande politiska och ekonomiska förändringar under den här tiden, och dagens Kina är ett helt annat än för bara ett par decennier sedan. Men mänskliga rättigheter är fortfarande inte regeringens bästa gren.

Sedan fem år tillbaka är mänskliga rättigheter (MR) inskrivna i [Kinas konstitution](#). Samtidigt står politisk stabilitet och harmoni högst upp på Kinas prioritetslista, vilket innebär att om oroligheter uppstår i landet så kommer folkets fri- och rättigheter att sättas åt sidan för att återskapa ordningen. Till exemplen hör [konflikterna i Tibet och Xinjiang](#) där [myndigheternas agerande](#) tidvis står i strid med exempelvis rätten till liv, rätt till en rättvis rättegång, och mötes- och yttrandefrihet.

Samtidigt är MR-situationen i Kina inte bara en intern angelägenhet, utan är också en högrelevant fråga för västerländska företag som är verksamma i landet. Ett flertal utländska IT-bolag har fått kritik på sina hemmamarknader för att de gått den kinesiska regeringens ärenden genom att begränsa yttrandefriheten på internet. Exempelvis anklagas Yahoo för att ha möjliggjort [fängslandet av kinesiska journalister](#). På Ciscos senaste bolagsstämma röstade [32% av aktieägarna](#) för en motion om att företaget bör tillgängliggöra information om vilka åtgärder man vidtar för att minska risken att kränka mänskliga rättigheter. Detta efter att bolaget kritiserats för att tillhandahålla infrastruktur som möjliggör för kinesiska myndigheter att censurera och blockera information på nätet.

Den mest utbredda MR-problematiken för de flesta utländska företag som är verksamma i Kina är dock arbetsförhållanden. Enligt [FN:s allmänna förklaring om de mänskliga rättigheterna](#) så har alla rätt till "rättsvisa och tillfredsställande arbetsförhållanden" (Artikel 23). Hit hör bland annat en rimlig begränsning av arbetstiden, och en skälig ersättning för utfört arbete. Ändå är allt för långa arbetsdagar till allt för låg lön det överlägset största CSR-relaterade problemet för multinationella bolag i Kina idag. Nike skriver tex i sin senaste [hållbarhetsrapport](#) att en av de stora utmaningarna i Kina är leverantörernas förfalskade lönelistor, som används för att dölja hur låg lön arbetstagarna i leverantörsfabrikerna egentligen har.

Samtidigt görs en del framsteg. Förra årets inrättades en ny lag som förbättrar anställningsskyddet. Lagen gör det obligatoriskt för kinesiska företag att skriva tillsvidarekontrakt med arbetstagare som arbetat i längre än två år, och att tillhandahålla försäkring och övertidsersättning. Samtidigt som det [knorrats en del](#) bland västerländska företagsintressen över att det kan leda till högre arbetskostnader, så tyder lagen på en politisk vilja att försöka förbättra arbetsvillkor och därmed respektera de mänskliga rättigheter som allra tydligast är förknippade med företagsverksamhet.

SYDKOREA SATSAR PÅ FÖRNYELSEBAR ENERGI



Sydkorea har nyligen meddelat att man gör en kraftig minskning av importtullarna för utrustning som används för att framställa förnyelsebar energi. Från och med den 23 september har importavgifterna halverats för 31 olika komponenter och annan utrustning som används för att framställa bland annat solenergi, vindkraft, geotermi och bränsleceller.

Beslutet följer på Sydkoreas planer att investera 85 miljarder USD (motsvarande 2 % av landets årliga BNP) i "grön tillväxt" de närmaste fem åren, som en del i ett ekonomiskt stimulanspaket. Forskning och utveckling inom förnyelsebar energi ingår i denna nya gröna satsning. Staten kommer också att bistå med lån och skattelättnader till företag som utvecklar miljövänlig teknologi.

Stimulansen behövs, för Sydkorea framställer en jämförelsevis låg andel förnyelsebar energi. Det statliga elmonopolet KEPCO genererar bara 0,9 % av sin totala mängd energi från förnyelsebara källor.

Hemelektronik är en av Sydkoreas största exportvaror, och förhoppningsvis kan den här boosten för grön energi också stimulera privata bolag i den branschen att ta fram nya gröna lösningar. De [solcellsdrivna mobiltelefoner](#) och liknande produkter som de koreanska elektronikjättarna lanserat på senare tid är intressanta exempel på hur förnyelsebar energi kan kombineras med ny teknologi.

INVESTERARE MANAR FÖRETAG ATT KLIMATRAPPORTERA

När den asiatiska delen i årets sammanställning från Carbon Disclosure Project presenteras, så är det ett försiktigt positivt resultat som förmedlas. Andelen asiatiska företag som rapporterar klimatrelevanta data har ökat från tidigare år, men från de flesta företag är det ändå tyst. Även den asiatiska investerarkåren är relativt lågmäld i sammanhanget.

[Carbon Disclosure Project](#) (CDP) är ett globalt investerarlett initiativ som innebär att företag uppmanas att mäta och rapportera utsläppsnivåer av växthusgaser och annan klimatrelevant information. I [årets sammanställning](#) framgår att antalet asiatiska företag som valt att rapportera inom ramen för CDP har fördubblats sedan förra året, samtidigt som svarsfrekvensen på 25 % (127/500) får anses vara låg. Bäst på att rapportera är Koreanska företag, men även Indien har en relativt hög svarsfrekvens. Bland de olika sektorerna står IT-branschen ut som särskilt benägna att svara.

Den inrapporterade datan visar att många av de asiatiska företag som deltagit i CDP en längre tid nu har övergått från en fas då klimatområdet uppfattades som relativt nytt och okänt till att använda den data de samlar in för att aktivt hantera risker och identifiera möjligheter på området. Samtidigt visar rapporten att många företag avvaktar resultaten från Köpenhamnsmötet i december.

David St Maur Sheil är verksamhetsansvarig på organisationen *Association for Sustainable & Responsible Investment in Asia* (ASrIA), som står bakom den asiatiska delen av den senaste CDP-sammanställningen. Han menar att 2009 är första året då tillräckligt mycket data kommit in för att investerare ska kunna använda materialet på ett meningsfullt sätt.

Av de 475 institutionella investerarna som står bakom CDP är bara en liten andel baserade i Asien. *CSR i Asien* frågar David St Maur Sheil hur klimatintresserade asiatiska investerare egentligen är?

– Det går långsammare att skapa medvetenhet för klimatfrågor bland asiatiska investerare [än i andra delar av världen]. Många asiater är intresserade av miljöfrågor i sitt privatliv men i arbetslivet är det annorlunda. Men investerare vet att det här är något man kommer att behöva adressera. Den avgörande skillnaden kommer att bli när koldioxid blir prissatt.

En viktig uppgift för ASrIA är därför inte bara att försöka påverka företag att bli bättre på att hantera klimatfrågor och att ta ett större samhällsansvar, utan också att försöka väcka intresse för frågorna hos investerarkåren i gemen.

TIME UTSER ÅRETS MILJÖHJÄLTAR



När tidskriften Time utser årets miljöhjältar finns ett flertal asiatiska entreprenörer, aktivister och visionärer med på listan.

Yumi Someya, från japanska U's Corporation, omvandlar stekpannefett till pengar, enkelt uttryckt. Hon är den tredje generationen att driva företaget, som samlar in 100 ton matolja varje månad från 5 400 restauranger och 100 insamlingsstationer i Tokyo. Oljan omvandlas och återanvänds som biodiesel.

Bränslet, som går under namnet Vegetable Diesel Fuel (VDF), används bland annat för stadsbussar och för tjänstefordon som underhåller Tokyos motorvägar. Dessutom används det för att generera elektricitet för Fuji Rock Festival och Earth Day Tokyo.

Miljöaktivismen i Kina bubblar och gror. En av många gräsrotsorganisationer som försöker påverka företag att ta miljöansvar leds av Zhao Zhong. Han bildade organisationen Green Camel Bell, som kartlägger fabriker som dumpar avfall och gifter i floder i Gansoprovinsen i nordvästra kina. Detta blir sedan underlag till en vattenföroreningskarta som organisationen ständigt uppdaterar.

Kartan har fått effekt på multinationella bolag i regionen; efter att ett bryggeri som ölgiganten Carlsberg är delägare i hamnat på kartan så installerade Carlsberg en vattenreningsanläggning. Statsägda bolag har inte visat några större reaktioner ännu, men Zhao Zhong menar att de åtminstone är medvetna om att de finns med på kartan.

Ytterligare framtidshopp finns att hämta i Indien, där Bindeshwar Pathak har utvecklat en ny sorts toalett som är osedvanligt billig (15 USD) och som komposterar innehållet så att det senare kan återanvändas som gödsel. I Indien har 110 miljoner innevånare inte tillgång till toalett, och 75% av landets ytvatten innehåller avfallsrester från människor och jordbruk.

Den nya toaletten är inte bara en lösning på det stora sanitetsproblemet, utan gör möjliggör också att de "orörbara" som står lägst på den sociala stegen och vars lott i livet ofta är att städa bort mänskligt exkrement, får möjlighet att livnära sig på annat sätt. Padhaks organisation hjälper till med yrkesutbildning. Bindeshwar Pathaks toalettprojekt är ett intressant exempel på hur produktutveckling kan bidra till att lösa sociala problem.

Läs hela listan: [Heroes of the Environment 2009](#)

MALDIVERNAS MINISTRAR I UNDERVATTENSMÖTE OM KLIMATET



Bild: www.takepart.com

Riktigt som på den här bilden såg det inte ut när Maldivernas regering samlades för ett möte på 5 meters djup. Iförda dykutrustning genomförde President Mohamed Nasheed och hans medarbetare något av det smartaste PR-trick vi sett för att väcka uppmärksamhet kring klimathotet.

Landets ministrar tillbringade en halvtimme i dykmötet, bland korall och simmande fiskar, där man skrev under ett dokument som manar till globala minskningar av utsläpp av växthusgaser.

[Se ett videoklipp från mötet här.](#)

Maldiverna, en önation i Indiska Oceanen vars högsta punkt är två meter över havet, utgör ett tydligt exempel på hur människor och miljö riskerar att allvarligt påverkas av klimatförändringar. Stigande vattennivåer är ett överhängande problem om inte drastiska minskningar av koldioxidutsläpp och andra växthusgaser görs i det snaraste: Vicepresident Mohammed Waheed Hassan säger [i en intervju till BBC News](#) att han uppskattar att landets befolkning kommer att kunna bo kvar i 20 år till. Det är något att tänka på för de företag som fortfarande inte ryckt tag i sitt klimatarbete.

NY RAPPORT: SÅ UPPNÅS FÖRBÄTTRINGAR FÖR ANSTÄLLDA PÅ FABRIKER I ASIEN

Nyckeln till förbättrade arbetsvillkor stavas medinflytande, enligt en ny rapport från Swedwatch, Fair Trade Center och Svenska Kyrkan.

I en färsk rapport undersöks vad som ligger bakom de förbättrade arbetsvillkor som har uppnåtts vid Lindex, Trelleborgs respektive Dem Collectives tillverkningsfabriker i Sri Lanka och Indien. De tre bolagen har olika ansatser, men en viktig övergripande slutsats är att medarbetarnas inflytande är centralt för att lyfta fram problem som behöver lösas, och för att upprätthålla de förbättringar som införs. En konsekvens av det är att företag med tillverkning i utvecklingsländer kan medverka till förbättrade arbetsvillkor genom att initiera utbildningar för medarbetarna i leverantörsfabriker om deras rättigheter och möjligheter att påverka sin egen arbetssituation. Rapporten lyfter fram fackföreningar och kollektivavtal som speciellt viktigt, men menar att mycket kan uppnås även om man finner andra kanaler för att lyssna på arbetarnas röster.

[Läs hela rapporten här.](#)

BOLAGSSTYRNING VIKTIGAST FÖR ATT CSR SKA TA FART I ASIEN – INVESTERARE KAN PÅVERKA I RÄTT RIKTNING

Nyckeln till ett mer utbrett och substantiellt CSR-arbete ligger i förbättrad bolagsstyrning, och speciellt ökad transparens. Det framgick vid det just avslutade CSR Asia Summit 2009. Men asiatiska företag har en lång väg att gå på det här området, menar Richard Welford, ordförande för CSR Asia.

Den finansiella krisen har med all önskvärd tydlighet visat att en sund bolagsstyrning är central för långsiktig framgång och överlevnad för företag. En huvudkomponent i bolagsstyrning är transparens. Det är nödvändigt inte bara för att intressenter ska kunna få en bra insyn i bolagens verksamhet, strategier och målsättningar, utan också för att bygga förtroende. I sitt öppningsanförande för [CSR Asia Summit 2009](#) påpekar Richard Welford just att allmänhetens förtroende för företagssektorn har minskat i och med den ekonomiska krisen, och att det nu är hög tid för företag att sätta sig in i hur CSR kan skapa bestående värde i företagssektorn.

I Sverige har vi en tendens att se på bolagsstyrning (*corporate governance*) som separat från CSR. Men om vi betänker att bolagsstyrning är de regler och den struktur som byggs upp för att på ett effektivt och kontrollerat sätt styra och leda ett bolag, så blir det snart tydligt att det utgör själva ryggraden för CSR. Bolagsstyrning handlar bland annat om redovisning, information och ansvarighet/ansvarsfullhet (*accountability*), som ju också är välbekanta CSR-teman.

Familjeägda bolag dåliga på transparens

Richard Welford lyfter fram bristen på transparens som ett särskilt problematiskt område i Asien. Studier om rapporteringsfrekvensen på CSR-området visar gång på gång att asiatiska företag inte är speciellt benägna att kommunicera sitt arbete till omvärlden.

Det största hindret för transparens och öppenhet ligger, enligt flera talare vid CSR Asia Summit, i ägarstrukturen och den medföljande ägarkulturen. Många asiatiska företag är familjeägda, och ser ingen större anledning att kommunicera till en vidare krets av intressenter, även om de är börsnoterade. Förra VD:n för AIG Malaysia, Shireen Muhiudeen, uttrycker kritiskt att en del ägarfamiljer i Asien har en tendens att se sitt företag som sin privata bankomat mer än någonting annat, och att bolagsstämman kan ske på golfbanan lika gärna som i ett mötesrum.

De två mest fruktbara sätten att åstadkomma mer transparens är sannolikt genom påtryckningar från investerare och genom regleringar. Bland [ASEAN-länderna](#) är det bara i Singapore där det inte finns någon pålaga om extern CSR-rapportering uppger [ACCA](#), och mycket riktigt är det också i Singapore som minsta antalet bolag CSR-rapporterar, enligt samma organisation.

Nordiska investerare kan bidra till förändring

En studie som jag genomfört inom ramen för min [doktorsavhandling vid Handelshögskolan i Stockholm](#) visar att svenska investerare har spelat en viktig roll för att påverka svenska bolag att vara mer transparenta kring sitt CSR-arbete. Jag frågar David Smith från RiskMetrics Group om även asiatiska investerare driver frågan om ökad transparens gentemot bolag, och får svaret att de gör det på en generell nivå, men inte så mycket relaterat specifikt till miljö och socialt ansvar. David Smith menar vidare att många asiatiska bolag är rädda för investerarnas omdömen och oroar sig för att de kommer att bli totalsågade om de inte kan leva upp till deras förväntningar och väljer därför hellre att inte rapportera alls.

VD:n för Bursa Malaysia, Dato' Yusli Mohamed Yusoff, lyfter fram att den malaysiska börsen sedan tre år kräver att de listade bolagen ska rapportera om CSR. Han menar samtidigt att det ännu inte har haft någon större inverkan på företags CSR-arbete, men att det ändå sänder en signal om att det är viktigt.

Shireen Muhiudeen, före detta VD på AIG Malaysia, sätter hopp till nordiska bolag, och lyfter fram svenska och norska investerare som speciellt aktiva i att driva CSR-frågor. Hon menar att när nordiska pensionsfonder och andra institutionella ägare börjar investera i asiatiska bolag och ställa krav kan en förändring ske, om än långsamt.

ASIA FLOOR WAGE: NYTT INITIATIV FÖR HÖJDA LÖNER I KLÄDBRANSCHEN



I oktober lanserades kampanjen Asia Floor Wage (AFW) av elva asiatiska, europeiska och amerikanska fackföreningar och organisationer som förespråkar bättre arbetsvillkor. Syftet med AFW är att höja minimilönerna i klädbranschen.

Lönerna för de asiatiska arbetstagare som tillverkar merparten av de kläder som hänger i allas våra garderober är fortsatt mycket låga, ibland så låga att de inte går att leva på. Det är ofta svårt för arbetstagarna att göra något åt situationen. Det kan bero på att det inte finns möjlighet att bilda fackföreningar eller att sluta kollektivavtal, men också på att höjda löner kan leda till högre priser och därmed till att köpande företag väljer att byta till en billigare leverantör.

AFW vill därför lansera en global förhandlingsstrategi för höjda löner, för att löntagarna ska nå över fattigdomsnivå och för att de vinster som görs genom leverantörskedjan ska fördelas mer rättvist. AFW vill lägga ett "golv" (därav uttrycket *floor wage*) under den prispress och därmed lönepress som köpande företag sätter på tillverkande företag.

Formel för levnadslöner

Den grundläggande idén är att minimilönerna i de olika asiatiska länderna ska komma upp i levnadslönenivå. En levnadslön är, precis som det låter, en lön som är tillräckligt hög för att man ska kunna leva av den. AFW har ägnat mycket möda åt att försöka ta reda på vad det innebär i olika länder, och har kommit fram till en formel för en *floor wage* som tar hänsyn till kostnader för mat, levnadsomkostnader (boende, transport med mera), hur många personer varje löntagare försörjer, och hur långa arbetsdagar lagen tillåter.

AFW riktar sin kampanj till regeringar i produktionsländerna och i de köpande länderna, till leverantörerna och köparna, och till arbetstagarna själva.

Klädbranschen positiv

H&M:s CSR-chef Ingrid Schullström skriver om initiativet [på företagets hemsida](#) (6/10) och lyfter speciellt fram Bangladesh, som har de lägsta minimilönerna i Asien (0.7-1,7 USD per dag, enligt AFW). H&M har redan fört diskussioner med sina leverantörer i Bangladesh om huruvida det är möjligt för dem att höja lönerna, och har erbjudit sig att betala högre priser ifall det behövs för att möjliggöra en löneökning. Men leverantörerna vill trots detta inte höja lönerna, eftersom de fruktar att andra köpare kanske inte skulle vara lika villiga att betala högre priser, och istället vända sig till en konkurrerande leverantör. Ingrid Schullström menar att lönesättning därför inte är en fråga för enskilda leverantörer, utan behöver lösas på bredare front genom lagstiftning, fackföreningar, kollektivavtal eller frivilliga initiativ inom klädbranschen, och välkomnar därför AFW.

Enligt AFW är många i branschen positiva till kampjen. Anannya Bhattacharjee som är koordinator på AFW säger i en [intervju med Committee for Asian Women](#) att hon är optimistisk eftersom kraven är rimliga och eftersom köpande företag har kommit till en punkt då de inser att dåliga arbetsvillkor inte bara är problematiskt för de berörda arbetstagarna utan också är till nackdel för den egna affärsverksamheten.

AKTIEÄGARAKTIVISM FÖR CSR I HONG KONG: VARFÖR GÅR DET SÅ TRÖGT?



Investerare som försöker påverka portföljbolag att ta ett större ansvar för miljö och etik är ett fenomen som börjar ha ganska många år på nacken nu i Europa och Nordamerika. Men Hong Kong, ett av världens främsta finansiella centrum, har ännu inte hakat på trenden. En ny forskningsstudie förklarar varför.

Allt fler institutionella ägare ägnar sig numera åt olika former av aktieägaraktivism för att påverka företags CSR-arbete, ofta av rent finansiella skäl. Men varför har inte den här typen av ägarengagemang tagit fart i Hong Kong? Här finns en väl utvecklad finansmarknad, och samtidigt betydande företagsrelaterade miljöproblem, bristande arbetsvillkor och liknande utmaningar med en klar affärskoppling. Finansmarknaden borde alltså vara en utmärkt plattform för att påverka företag att ta ett fastare grepp om sitt CSR-arbete.

I en forskningsstudie som just publicerats har jag och professor Richard Welford intervjuat ett antal Hong Kong-listade företag, investerare, och andra relevanta aktörer, för att försöka ta reda på varför finansaktörer i Hong Kong inte använder sin position för att påverka bolag i CSR-frågor.

Vi för fram två viktiga slutsatser:

Det ena är att många av de faktorer som varit viktiga för att ansvarsfulla investeringar (*socially responsible investment*) ska ta fart i andra länder inte är på plats här: Det finns inget direktiv för pensionsfonder att inkludera ett CSR-perspektiv; minoritetsägare har svårt att göra sin röst hörd i ett företagslandskap som till stor del består av konglomerat och familjeägda bolag med en stor majoritetsägare; företagen är generellt dåliga på transparens, vilket gör det svårt för ägare att bedöma deras CSR-arbete; för att nämna några exempel.

Det andra är att Hong Kong styrs av en variant av marknadslogik som hittills inte varit särskilt kompatibel med den logik som ligger till grund för CSR. Hong Kong är världens främsta *free market economy*, där det mesta lämnas åt "marknaden" att lösa. När varken företag eller investerare ser något finansiellt värde i CSR utan snarare ser det som en kostnad så blir inte mycket gjort på området. En av de företagsrepresentanter vi intervjuat säger:

It costs money to protect the environment, and costs eat away profits, and ultimately shareholder value. So it is always a balance, between financial and environmental interests.

En finansiell CSR-retorik skulle därför sannolikt hjälpa frågan framåt i Hong Kong. Med klimatfrågans uppseglande på den företagsekonomiska himlen och med allt fler rapporter som visar på samband

mellan CSR och lönsamhet kanske även Hong Kongs finanssektor kan bli en plattform för att påverka företags CSR-arbete så småningom.

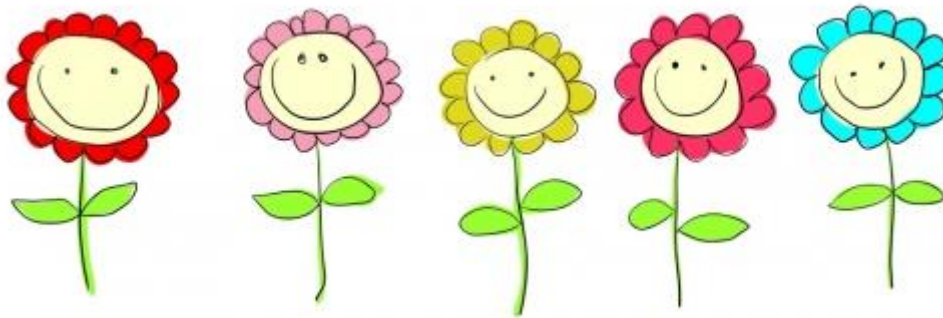
Läs en [sammanfattning av artikeln här](#). Upphovsrätten tillåter dessvärre inte att vi lägger ut dokumentet i sin helhet här, men [kontakta mig gärna](#) så får du ett ex via mejl.

EN BLOMSTRANDE BILBRANSCH?

Toyota har börjat odla blommor på taket till sin priusfabrik i Japan.

Företaget har tidigare varit utsatt för kritik för att miljöbelastningen från priustillverkningen är högre än för andra bilar, och att det skulle vara miljövänligare att köra en begagnad bil än en ny Prius. För att minska på sina utsläpp har nu företaget odlat fram två nya blomsorter, som kan absorbera kväveoxid och som avger vattenånga, vilket gör att marktemperaturen blir lägre, och därmed går det åt mindre energi för att kyla fabriken. På så vis kan man alltså reducera koldioxidutsläppen från biltillverkningen.

Ett innovativt grepp helt klart, men är det tillräckligt? [FastCompany](#) menar att blomsterodlingen förvisso gör en för liten miljöskillnad för att vara något annat än *greenwashing*, men att Toyota ändå förtjänar beröm för att man försöker tänka utanför ramarna för att reducera utsläpp.



GREENPEACE: SLUTA SLÄPPA UT TUNGMETALLER I PEARL RIVER!

Över 70 % av Kinas floder och sjöar är så förorenade att vattnet är obrukbart för människor. I en ny rapport riktar Greenpeace hård kritik mot företag som släpper ut förorenat industriellt avloppsvatten i Pearl River i södra Kina. Utsläppen innehåller bland annat ett cancerframkallande ämne som överskrider det regionala gränsvärdet med en faktor 25. Organisationen listar också de tio vanligaste sätten att lura miljöinspektörer.

I rapporten [Poisoning the Pearl](#) granskar Greenpeace utsläpp från fem anläggningar som tillhör tre olika företag, som bla tillverkar kretskort, textil och trycksaker. Två företag är Hong Kong-ägda; ett är Kina-ägt. 25 prover togs av industriellt avloppsvatten och sediment, och testades i Greenpeace:s laboratorium i Storbritannien.

I testerna vid en anläggning ägt av det Hong Kong-listade företaget Kingboard (som övrigt finns med på Forbes lista över världens 2000 största företag), fann Greenpeace att beryllium, en cancerogen tungmetall, överskred det regionala gränsvärdet 25 ggr. Koncentrationen av mangan överskred gränsvärdet 3 ggr. Höga doser av mangan kan leda till nerv- och hjärnskador.

Vid en annan anläggning överskred koncentrationen av koppar gränsvärdet 12 gånger, och man hittade ytterligare andra ämnen som kan vara hormonstörande och fertilitetshämmande. (Och så vidare – listan kan göras lång.)

Till dagstidningen South China Morning Post (SCMP) säger Edward Chan Yue-fai från Greenpeace:

”Made-in-China products used by consumers worldwide are being manufactured at a high cost to the Pearl River.”

Problemet ligger inte bara hos företagen, utan förstärks av otillräckliga insatser från kinesiska myndigheter för att förbättra vattenkvaliteten. Universitetsprofessorn David Chen Yongqin säger till SCMP att kinesiska myndigheter måste införa hårdare uppföljning av efterlevnaden av miljöregleringar, tex höja bötesbeloppet för olagliga utsläpp av avloppsvatten, och att utöka regelverket till att omfatta fler farliga kemikalier.

Ett av de granskade företagen säger till SCMP att de investerade i ett avloppsreningsystem 2006 som godkändes av regionala myndigheter och som klarade myndigheternas inspektioner så sent som i april och juli. Ett annat företag svarar att ”Greenpeace kan publicera vad de vill”. Det tredje företaget förklarade att de inte ämnade kommentera saken.

Greenpeace framhåller att det finns många sätt att lura en miljöinspektör, och har tagit fram en lista över de vanligaste knepet: [Ten Dirty Tricks](#).



Listan sätter fingret på något som är en betydande tröskel för att lösa regionens miljöproblem, nämligen korrupktion och myndigheternas undfallenhet, i kombination med företagens ibland bristande insikter om (eller intresse för?) hur allt hänger samman: Grönsakerna som fabriksägarens barn äter till middag har ju sannolikt odlats med samma vatten som flyter förbi utanför fabriksanläggningen.

Pearl River tillhandahåller vatten till 47 miljoner människor. 30 % av Kinas export produceras längs floden. Det ligger inte bara i de närboendes och miljövännernas intresse att en drastisk förbättring av vattnet sker; det borde rimligen också vara av central strategisk betydelse för företag att värna kvaliteten på den enorma resurs som vattnet utgör i området.

NYHET: ASIAN SUSTAINABILITY RATING

En ny rankinglista över asiatiska företags CSR-prestanda har just lanserats. Asian Sustainability Rating utvärderar de 20 största företagen på 10 asiatiska marknader. Det tycks finnas ett starkt samband mellan rapportering enligt GRI och företagets placering på listan.

Asian Sustainability Rating (ASR) är tänkt att användas som benchmarking-verktyg för investerare, företag och andra intressenter som vill följa upp asiatiska företags CSR-prestanda. ASR använder [51 indikatorer](#) för att täcka in relevanta aspekter av företags CSR-arbete.

Data samlas in från allmänt tillgängliga källor (till exempel årsrapporter, hemsidor och broschyrer). Det har hörts ett visst gnisslande bland några företag för att de inte tycker att de blivit korrekt utvärderade för ASR. Samtidigt är metoden för datainsamlingen ett trendbrott mot de enkäter som annars är så vanligt förekommande när index och listor tas fram, och som företag länge sagt sig vara trötta på eftersom de är så tidsödande att svara på.

Indicator Section	Number of Indicators
Governance, Codes, and Policies	12
CSR Strategy and Communication	11
Marketplace and Supply Chain	5
Workplace and People	10
Environment	8
Community and Development	5
Total Indicators	51

Bild: www.asiansr.com

I dagsläget är det svårt att veta vilka företag som placerat sig högt för att de verkligen bedriver ett ambitiöst CSR-arbete eller för att de är bättre på att rapportera om sitt arbete än de som hamnat längre ner på listan. Men oavsett vilket så är ASR säkert ett bra verktyg för att ge en välbehövlig skjuts åt företagstransparens på CSR-området. Den irritation som några företag kan känna över att inte ha fått en rättvis placering kan säkert

sporra till att anpassa sin rapportering på området till att bättre passa dem som faktiskt använder den för analys och utvärdering.

De företag som placerat sig som nummer 1 i respektive land är som följer: (parentesen indikerar var på den totala rankingen företaget placerar sig)

- **Australien:** ANZ Banking Group Ltd (1)
- **Filippinerna:** Petron Corp (26)
- **Japan:** Mitsui & Co., Ltd. (17)
- **Hong Kong:** HSBC Holdings (10)
- **Indien:** Tata Consultancy Services Ltd. (3)
- **Kina:** PetroChina Company Limited (37)
- **Malaysia:** British American Tobacco (Malaysia) (20)

- **Pakistan:** Engro Chemicals Pakistan Limited (46)
- **Singapore:** City Developments Limited (22)
- **Thailand:** The Siam Cement Public Company Limited (14)

Hela listan finns [här](#).

Intressant nog tycks det finnas en korrelation mellan [Global Reporting Initiative](#) (GRI) och hur högt man rankar på ASR:

95 % av de företag som använder GRI:s riktlinjer i sin rapportering återfinns bland de 50 högsta placeringarna (av totalt 200). 95 % av de företag som meddelar vilken [GRI-nivå](#) de använder i sin rapportering placerar sig bland de 25 bästa företagen.

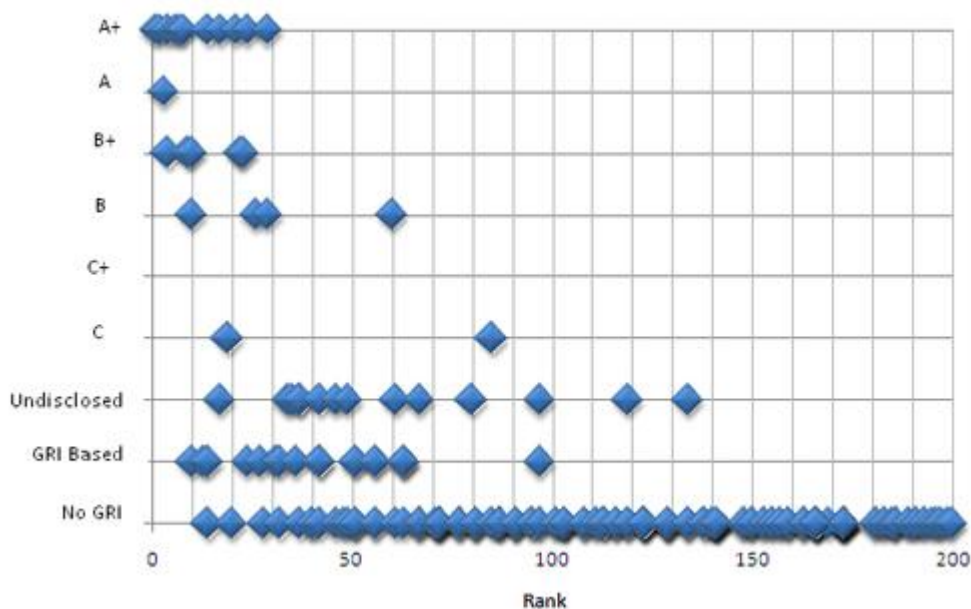


Bild: www.asiansr.com

A, A+, B, B+, C, C+: GRI application level

Undisclosed: the company is listed on the GRI report list having a GRI content index but not an application level
GRI based: the company is not listed in the GRI report list but declared that has used GRI as guidelines for reporting

UTLÄNDSKA FÖRETAGS ANSVAR FÖR YTTTRANDEFRIHETEN PÅ INTERNET I KINA

En av de första saker som president Obama tog upp under sitt tre dagar långa besök i Kina, var hur viktigt det är att yttrandefriheten på internet värnas. Samtidigt tillhandahåller ett antal amerikanska bolag teknik som möjliggör Kinas "great firewall", och har under flera års tid utstått kritik från konsumenter, människorättsaktivister och aktieägare.



Bild: www.nicholsoncartoons.com.au

Det är knappast någon hemlighet att [internet är hårt kontrollerat i Kina](#) – hemsidor blockeras, innehåll censureras, och tjänster som Facebook och Twitter är inte tillåtna. Flera ”internetdissidenter” sitter fängslade för att ha uttryckt sina åsikter på nätet.

I dagarna har en forskningsstudie som jag genomfört om företags ansvar för yttrandefriheten på internet i Kina publicerats, i *Journal of Business Ethics*. Där förklarar jag hur de fyra amerikanska bolagen Yahoo!, Cisco, Microsoft och Google har kritiserats för att ha bistått den kinesiska regeringen med teknik för censurering och för att ha bidragit till att journalister har fängslats för sina åsikters skull.

Företagen befinner sig i ett dilemma som lätt kan uppstå i den ovanliga kombination som en öppen marknadsekonomi styrd av en auktoritär regim utgör: Antingen respekterar vi internationella överenskommelser om mänskliga rättigheter eller så riskerar vi att förlora vårt kommersiella kontrakt.

I studien har jag koncentrerat mig på hur aktieägare har försökt påverka företagen att ändra sitt beteende, och jag menar att aktieägare som bedriver ett aktivt ägarskap på CSR-området kan spela en viktig roll för att påverka normer för vad företags ansvar innebär, och var gränsen för företagets ansvar bör gå. Aktieägare kan tillsammans med andra intressenter vara "normentreprenörer" för CSR.

De ovan nämnda internetbolagen har tidigare uttryckt att de är bakbundna av kinesiska regleringar, och att det är bättre att de erbjuder sina kommunikationstjänster på Kinas villkor än inte alls. Aktieägare har på olika sätt försökt påverka bolagen att inte underkasta sig den kinesiska regeringens krav. [En sammanfattning av studien finns här.](#)

Samtidigt ligger nyckeln till värnandet av yttrandefriheten i de styrande politikernas händer, och det är därför av central betydelse att frågan också drivs av aktörer i den politiska sfären. När Barack Obama under sitt kinabesök talade inför en skara studenter i Shanghai tog han upp ämnet, och sa bland annat:

"Jag är en varm anhängare av att inte ha några restriktioner på internet. Ju öppnare vi är desto mer kan vi kommunicera och forma världen tillsammans." (Källa: [DN](#))

Han tog också emot ett antal frågor om ämnet från publiken.

I [bloggosfären](#) har det efteråt uttryckts att talet var för lamt. Men samtidigt som det förvisso kunde ha lagts mer kraft bakom orden så är Barack Obamas tal inte bara en (indirekt) uppmaning till den kinesiska regeringen att värna yttrandefriheten. Genom att ta upp den känsliga frågan i ett öppet forum sätter han också ett exempel för och stärker idén om att utländska aktörer, inklusive företag, bör ha tillräckligt med råg i ryggen för att markera sin ståndpunkt inför kinesiska myndigheter.

Obamas tal sändes symtomatiskt nog inte live på nationell kinesisk TV utan enbart på lokal TV i Shanghai, och via två internetportaler, men med en hackig återgivning som gjorde det svårt att höra talet ordentligt, uppger [AP](#).

GUCCI VILL VÄRNA REGNSKOGEN

Modebranschen har fått upp ögonen för att den kan hjälpa till att värna skogen, och därmed stävja klimatförändringar. Gucci har beslutat att helt avstå från att använda papper som kommer från indonesiska odlingar och regnskog.



När skog avverkas frigörs koldioxid till atmosfären och bidrar till ökad växthuseffekt. Den snabba skövlingen av Indonesiens skogar står för 8 % av de globala koldioxidutsläppen. Det motsvarar de totala koldioxidutsläppen från alla bilar, lastbilar, bussar, flygplan och tåg i USA, enligt [Rainforest Action Network](#) (RAN). Mycket av skogen avverkas dessutom illegalt.

Hela hösten har RAN försökt få med modebranschen på idén att sluta köpa papper som är producerat av fibrer från indonesiska skogar. Därför är det förstået en fjäder i hatten för [RAN-kampanjen](#) att Gucci Group nu har antagit en ny policy som innebär att man åtar sig att minska sin totala pappersanvändning, att helt sluta använda pappersfiber från skog med högt skyddsvärde, och att bara köpa pappersprodukter som är gjorda av återvunnet material eller är [FSC-märkta](#). Det här innebär att inget papper – från kopieringspapper till shoppingpåsar – kommer att vara framställt av hotade skogar, inklusive regnskogen i Indonesien.

[Gucci Group](#) äger varumärkena Alexander McQueen, Balenciaga, Bottega Veneta, Boucheron, Gucci, Sergio Rossi, Stella McCartney och Yves Saint Laurent.

En talesperson för Gucci Group uttrycker:

“Standing rainforests are not a luxury, they’re a necessity if the world wants to stop climate change. Our actions are lowering our own carbon footprint, but we hope that they will also raise awareness inside the fashion industry that it’s possible for our industry to make a difference for rainforests and for the climate.”

Det är inte bara Gucci Group som tagit ett klimatfrämjande beslut om sin pappersanvändning inom ramen för RANs kampanj, utan gör gemensam sak med bland andra H&M och Tiffany & Co.

IMPACTT: BÄTTRE ARBETSVILLKOR GER BÄTTRE PRODUKTIVITET

Ett stort problem i tillverkningsländer i Sydostasien är de allt för långa arbetsdagar och de allt för låga löner som är regel snarare än undantag. Men om leverantörer börjar betalar högre löner så borde väl rimligen varorna bli dyrare i inköp för kunderna (läs: västerländska bolag som outsourcat sin produktion)? Inte nödvändigtvis. Nya insikter från försök att förbättra arbetsvillkor i samarbete med fabriker i lågkostnadsländer ställer våra invanda uppfattningar om att högre lön och färre arbetstimmar ger dyrare produktion på ända.

Organisationen [Impactt](#) har i flera projekt visat att det är fullt möjligt att förbättra arbetsvillkor och samtidigt förbättra kvalitet och produktivitet hos underleverantörer i lågkostnadsländer, och därmed skapa värde inte bara för leverantören själv utan också för de köpande bolagen. Lösningen ligger i att aktivt engagera sig i det tillverkande företags förutsättningar och möjligheter till utveckling, snarare än att stanna vid den nu så vitt spridda metoden med uppförandekoder och kontroller.

Ett exempel är ett pågående projekt tillsammans med brittiska klädföretaget New Look och en av deras leverantörer i Indien. I en första fas har man genomfört ett experiment med en test-produktionslina i 24 dagar. Fabriksarbetarna vid testlinan hade ledigt på bestämda dagar och arbetsskift som begränsades till cirka 10 timmar. De erbjöds också en bonus på 500 rupier om ett extra högt produktivitetsmål nåddes.

Försöket gick bra: Den första ordern blev klar två dagar tidigare än planerat, och produktionslinan mötte eller överskred sitt produktivitetsmål vid mer än hälften av de 24 försöksdagarna. Arbetstagarna arbetade i snitt två timmar mindre per dag än de som inte var vid testlinan. Frånvaron halverades. Fabriksledningen blev så nöjd att man dubblade bonusen till 1000 rupier.

Nu ska fabriken jobba tillsammans med produktivitetsexperter för att se om man kan replikera det här sättet att jobba i hela fabriken.

Ett annat exempel från Impactt är ett projekt som genomfördes 2001-2004 och som gick ut på att reducera övertidsarbete vid fabriker i Kina. 11 köpande bolag samverkade med en leverantör vardera för att identifiera orsakerna till övertidsarbetet. Vissa problem var de köpande bolagen själva orsak till, exempelvis kort orderläggning som ledde till svårigheter att hinna klart i tid, och därmed mer övertidsarbete. Andra problem fanns hos leverantören själv och kunde lösas genom utbildning och workshops av olika slag. På så vis kunde arbetstiden i de flesta fall reduceras, lönerna bibehållas eller höjas, och produktiviteten samtidigt förbättras.

HÅLLBAR SEMESTER I ASIEN

Intresset för ekoturism växer i världen, och allt fler destinationer erbjuder nu olika former av semestrande i samklang med naturen. Inriktningen och ambitionsnivån skiftar – medan några erbjuder fågelskådning men inte tar miljöhänsyn på själva anläggningen, tar andra ett helhetsgrepp och inför system för att bli självförsörjande på el och vatten. Några exempel på ekoreko semesteranläggningar i Asien återfinns på resebokningssajten Agodas lista, som vi publicerar här:



Foto: tongsaibay.co.th

Texten om respektive anläggning är ett översatt sammandrag från [Agodas hemsida](#).

1. The Tongsai Bay, Koh Samui, Thailand

Förutom att utveckla hållbara lösningar för avfallshantering, återvinning och energibesparing så samverkar hotellet med lokalsamhället, och har byggt en koldioxidskola. Man samarbetar även med andra hotell på ön för att se till Koh Samui bevarar sin vackra natur för framtida generationer.

2. Alila Ubud och Alila Manggis, Bali, Indonesien

Båda anläggningarna har riktlinjer för att minska sin påverkan på miljön, och främjar miljövänliga aktiviteter såsom vandring, cykling och balinesiska matlagningslektioner.

3. Sofitel Angkor Phokeethra Golf & Spa Resort, Kambodja

Detta är det enda hotellet i Kambodja som har vunnit Asean Energy Award. Hotellets moderbolag Accor är involverat i ett antal program för att minska fattigdomen i Seam Reap. Anläggningen köper lokalt tillverkade produkter för att bedriva sin verksamhet, inklusive livsmedel från lokala bönder, och anställer personal från närliggande samhällen.

4. El Nido Resorts, Miniloc Island, Filippinerna

Anläggningen minimerar sitt avfall genom återvinning, energisparar, och sänder all personal på en fem dagar lång utbildning som kallas "BE G.R.E.E.N." (Guard, Respect, Educate El Nido). Man samarbetar med lokala organisationer för att sanera kusterna och övervaka Miniloc-öns ekosystem. En databas med lokala växter och djur finns på anläggningens hemsida.

5. The Frangipani Langkawi Resort & Spa, Langkawi, Malaysia

Semesteranläggningen hjälper till att bevara den lokala miljön genom att minska sin resursförbrukning, minimera energianvändningen, endast använda miljövänliga tvätt- och rengöringsmedel, och rena avloppsvatten genom våtmarker som utgör ett naturligt biologiskt filter.

6. Banyan Tree, Bintan Island, Indonesien

Arkitekterna som ritade anläggningen ansträngde sig särskilt för att undvika att hugga ner träd. Man byggde ett "Conservation Lab" för att bevara den omgivande regnskogen, där träden är 50 till 100 år gamla, och som innehåller en del sällsynta arter. För att värna den känsliga miljön och samtidigt hjälpa till att bevara inhemska yrkestraditioner stödjer Banyan Tree Bintan en lokal by genom att anställa ett nätverk av mer än 40 hantverkare och länka dem till partnerprojekt i hela regionen.

7. Hotel de la Paix, Kambodja

Hotellet sponsrar ett flertal initiativ till stöd för lokalsamhället, inklusive ett centrum för sömnadsutbildning för missgynnade Khmer-kvinnor. Systerhotellet, Shinta Mani, driver ett utbildningsprogram som stöder unga kambodjaner från högriskområden. Hotellet erbjuder också gäster möjlighet att sponsra studenter eller skänka cyklar, brunnar och grisar till lokala familjer.

8. The Orchid Hotel, Mumbai, Indien

Här finns kompost för sopor och en vattenreningsanläggning som återvinner avloppsvatten. Gästerna har möjlighet att trycka på en grön knapp som ökar rummets temperatur med 2 grader stegvis under två timmar, vilket minskar strömförbrukningen för luftkonditioneringen. Galgar gjorda av sågspån och naturliga insektsbekämpningsmedel är andra exempel på hotellets hållbarhetsarbete.

9. Soneva Fushi by Six Senses, Maldiverna

Listan över gröna initiativ omfattar trädplanteringsprojekt, kampanjer för att förbjuda hajfiske och ett program för klimatkompensering som investerar i ett vindkraftverk i Indien. Soneva Fushi har också en egen marinbiolog som utbildar gäster och ser till att dykutflykter inte skadar den lokala miljön. En av de vägledande principerna är *Slow Life*, ett synsätt som betonar "långsamma" sysselsättningar såsom naturvandringar, stjärnskådning och icke-motoriserade vattensporter.

10. Kingfisher Bay Resort and Village, Fraser Island, Australien

I samarbete med University of the Sunshine Coast driver anläggningen ett forsknings- och utbildningscenter som noga övervakar öns natur. Guidade eko-turer omfattar allt från mangroveskogar till den aboriginska kulturen. Avfall komposteras och omvandlas till gödsel för anläggningens örtagård.

DÅLIGA VILLKOR FÖR TOMTENS MEDHJÄLPARE



För några år sedan undersökte Swedwatch och Fair Trade Center hur det såg ut i tomtens verkstad – det vill säga i de fabriker i Kina som tillverkar leksaker som sedan hamnar under våra svenska julgranar. Det såg inget vidare ut. Låga löner och långa arbetsdagar var vanligt förekommande. Nu har man gjort en uppföljning, och finner att förhållandena förbättrats. Men de är fortfarande inte bra.

80 % av världens leksaker tillverkas i Kina. I Sverige köper vi leksaker för [4.6 miljarder kronor om året](#), och den största andelen just kring jul.

Helst vill vi inte tänka på att leksakerna som våra barn använder kan ha tillverkats av andra barn, eller av kvinnor som lämnat sina barn för att tjäna fyra kronor per timme i en fabrik långt hemifrån. Men det är bra att bli påmind ibland om att det är så kan se ut, för då kan trycket öka på företagen att göra sitt yttersta för att hitta lösningar på problemen.

I en ny rapport undersöks arbetsvillkoren på ett antal kinesiska fabriker som levererar leksaker till Lekia, Leklust, Barnens Hus, Brio, TopToy, Åhléns, Coop och Ica. Förvisso har en del saker blivit bättre sedan den förra undersökningen 2004; exempelvis garanterar fler fabriker skriftliga anställningskontrakt (vilket det är lag på i Kina) och minst en ledig dag i veckan. Samtidigt är det inte ovanligt att arbetsveckan uppgår till 70 timmar och inför jul till 90 timmar.

Så här skriver Swedwatch:

En omfattande kartläggning av villkoren i leksaksbranschen visar att många av de kinesiska arbetare som tillverkar träleksaker, dockor och leksaksbilar till våra barn tvingas arbeta långa dagar, ibland sju dagar i veckan. På deras önskelista står kortare arbetsdagar, rätten att förhandla kollektivt och en lön som det går att leva på. Månaderna innan jul är arbetstiderna extra långa för att de svenska butikerna ska hinna få sina leveranser i tid.

Men det är egentligen inte de dåliga arbetsförhållandena som är förvånande – detta är ju knappast den första rapporten på samma tema - utan snarare att tre av de åtta företagen inte ens ställer några krav på arbetsvillkoren hos sina leverantörer (Lekia, Leklust och Barnens Hus). Var är ansvarskänslan, var är hållbarhetstänket, och var är kontakten med den egna marknaden – med de kunder, ägare och anställda som har högre förväntningar på ambitionsnivån i affärsverksamheten än detta?

Se SVT:s inlägg om rapporten [här](#).

Ladda ner rapporten *Reviewing Santa's workshop* [här](#).

FÅ CSR-PRODUKTER PÅ KINAS FINANSMARKNAD – MEN FLER PÅ GÅNG

Marknaden för fonder och index som tar hänsyn till bolags CSR-prestanda i sin analys och förvaltning har växt stadigt i ekonomiskt utvecklade länder de senaste 10 åren. Men hur ser det ut med den saken i Kina? En ny rapport från BSR visar att det börjar hända saker även här, om än i liten skala.



Foto: chinadaily.com.com

Kina har än så länge bara en fond med någon form av CSR-inriktning. [Industrial Social Responsibility Fund](#) lanserades i maj 2008, av Aegon-Industrial Fund Management Co. Den väger in ekonomiska faktorer, miljökriterier, socialt ansvar, och efterlevnad av skattelagstiftning och arbetslagstiftning. Finansiellt sett har fonden haft en bra utveckling: Mätt från lanseringen och fram till sista juni 2009 har den slagit marknaden med närmare 47 %.

Fonden är fortfarande den enda av sitt slag i Kina, men en andra fond med någon typ av CSR-inriktning är visst på gång att lanseras inom kort, av CCB Principal Asset Management Co. Ltd.

Sommaren 2009 sjösattes landets första marknadsindex med CSR-kriterier av Shanghaibörsen: [SSE Social Responsibility Index](#). Det består av 100 företag som anses ha en god CSR-prestanda. Syftet med indexet är ”att stimulera företag att ta socialt ansvar och att utgöra ett underlag för investerare”. Ett andra index lär vara på gång, också det vid Shanghaibörsen.

Enligt [BSR](#), en organisation som undersökt den kinesiska marknaden närmare, så drivs inte utvecklingen för den här typen av produkter främst av efterfrågan; många kunder till fondförvaltarna vet nämligen inte nödvändigtvis vad CSR innebär eller hur det relaterar till finansiella investeringar.

Tillväxten stimuleras snarare av en vilja från fondföretagens sida att diversifiera sig och sticka ut från konkurrenterna. Åtminstone var det så de gick till när den ovan nämnda första fonden togs fram, menar BSR.

Pensionsfonder och CSR

Det är alltid intressant att titta närmare på hur pensionssystemet ser ut när man diskuterar investeringar med CSR-kriterier i en länderkontext. På marknader där CSR-inriktade investeringar är ett utbrett fenomen (eller *socially responsible investment* som det ofta kallas) står pensionfonderna ofta för en stor del av ägandet på aktiemarknaden och har dessutom inte sällan en uttalad policy om att beakta bolagens CSR-arbete, vilket förstås kan vara speciellt motiverat för långsiktiga ägare. I Sverige har AP-fonderna ett formellt krav på sig att ta hänsyn till miljö och etik, och liknande regler gäller i ett flertal andra länder.

I Kina är dock pensionssystemet jämförelsevis outvecklat. Bara en femtedel av befolkningen omfattas av pensionssystemet idag, och pensionsfonder står för 0,8 % av ägandet på aktiemarknaden. Samtidigt har omfattande reformer skett på området och många bedömare menar att Kinas pensionssystem så småningom kommer att växa till att bli det största i världen. Då är det mycket möjligt att CSR-tänket nästlar sig in på finansmarknaden i större utsträckning. Intressant nog har Kinas största pensionsfond, *National Social Security Fund of China* (NSSF), angett ”ansvarsfulla investeringar” som en av sina fyra kärnprinciper, och har uttryckt intresse för att lära sig mer om hur CSR relaterar till investeringsprocessen från erfarna utländska aktörer.

Framtidsutsikter

Samtidigt som marknaden för den här typen av investeringar ännu är underutvecklad i landet tror jag att det finns goda utsikter att både Kina och andra asiatiska länder där CSR-medvetenheten på finansmarknaden nu bara är i sin linda kommer att ta ett skutt förbi de särskilt etik- eller CSR-stämplade fonderna, och gå direkt till en naturlig integrering av CSR-perspektiv i investeringsprocessen.

Men för att det ska kunna ske behövs åtminstone två saker:

1. Mer kunskap. Liksom på många andra håll i världen har många investerare i Kina begränsad kunskap om hur olika aspekter av CSR är relevant för affärsverksamheten, och det är ännu ingen het fråga i finanssfären här. Här kan intresseorganisationer som *Association for Sustainable & Responsible Investment in Asia* ([AsriA](#)) och liknande aktörer spela en viktig roll för att höja den allmänna kunskapsnivån hos analytiker och fondförvaltare. Säkert finns en del att lära av utländska aktörer, men det är också sannolikt att det kommer att uppstå Kina-specifika analysmodeller och angreppssätt.

2. Mer transparens. För att investerare ska kunna göra en vettig analys och utvärdering av bolagen behövs tydlig och relevant information. Förmodligen kan investerarna spela en avgörande roll i att driva på en utveckling mot ökad öppenhet: [Forskning om den svenska marknaden](#) visar att investerare har haft en betydande påverkan på Stockholmsnoterade bolag att rapportera mer och tydligare kring

sina mål, strategier och resultat kring CSR-relaterade frågor. Jag förutspår att vi kommer att se samma förlopp i Kina. Men, här mer än på andra ställen, kommer det också att behövas formella regleringar för att ge transparensen en skjuts framåt: Eftersom många bolag har en majoritetsägare i form av staten, en familj eller ett holdingbolag är det inte alltid som enskilda mindre ägare kan lägga så stor kraft bakom önskemål om ökad transparens. Det finns förvisso redan en del riktlinjer och regleringar på området och allt fler kinesiska bolag har börjat hållbarhetsrapportera, men mer stimulans behövs.

För den som vill lära sig mer om hur CSR och finansmarknaden hänger ihop i Kina rekommenderas den fullmatade rapporten [Sustainable Investment in China 2009](#) från BSR.

INDIEN VILL GÖRA CSR TILL HANDELSVARA



Årets kanske konstigaste förslag i CSR-sfären kommer från Indien. Regeringen vill försöka ta fram ett sätt att översätta företags CSR-arbete till siffror så att man ska kunna handla med CSR-enheter på en börs.

Ett handelssystem för CSR, som också är kopplat till någon form av skatteincitament, skulle motivera företag att på allvar komma igång med olika CSR-initiativ, menar företrädare för Indiens regering.

Salman Khurshid är ansvarig minister för företagsrelaterade frågor och till [Economic Times](#) säger han: *“Today, for charity, you get tax exemptions and for CSR you get nothing.”*

Och vidare: *“I think there must be a way of quantifying it (CSR) and there must ultimately be available a trader or an exchange to deal in CSR credits.”*

Det är inte helt lätt att förstå logiken bakom ett handelssystem för CSR. Många i och omkring företagssfären menar ju att CSR handlar om att identifiera och hantera affärsnära risker och möjligheter på temat miljö, arbetsrätt och mänskliga rättigheter. Och man kan därför undra: Om ett företag bestämmer sig för att minska sin miljöpåverkan, exempelvis genom att förändra sina produkter så att en större andel återvinningsbart material används, så kan det ju förvisso hända att detta CSR-initiativ kan kvantifieras på olika sätt (investeringskostnader för produktutvecklingen, minskad miljöpåverkan, osv) – men hur ska detta kunna handlas med? Vem ska handla med vem och med vad? Kan vi också börja handla med varandras forskning och utveckling, eller med varandras jämställdhetsarbete?

Är det bara jag som tycker att detta verkar lite konstigt?

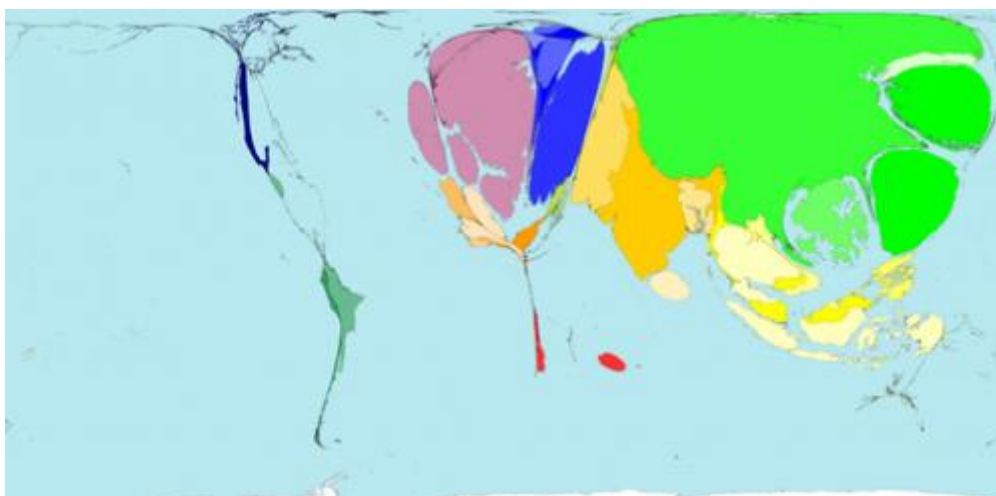
WORLDMAPPER GER NYA PERSPEKTIV PÅ VÄRLDEN

I senaste numret av tidskriften [Camino](#) läser jag om [Worldmapper](#), en karta som ger nya och väldigt spännande perspektiv på världen. Världskartan kan ritas om baserat på fördelningen av världsbefolkningens inkomst, internetanvändning, fruktexport... you name it. Nära 700 parametrar kan man laborera med i det här smarta verktyget, som tagits fram av forskare vid University of Sheffield.

Självklart blir jag nyfiken på hur Asien jämför sig med andra världsdelar på olika områden. Av kartorna kan man bland annat lära sig följande:

- Ostasien exporterar fem gånger så mycket **kläder** som någon annan del av världen.
- Flest **barnarbetare** finns i Indien. Där finns dubbelt så många som Kina, där näst flest antal barn jobbar. Nio av de tio största territorierna med högst *andel* barnarbete återfinns i Afrika.
- Det största antalet **utrotningshotade djur- och växtarter** återfinns i Ecuador, USA och Malaysia. De två länder som har störst *andel* utrotningshotade arter i sin totala flora och fauna är Maldiverna och Madagaskar.
- **Växande städer** är framför allt ett asiatiskt fenomen. Exempelvis räknar man med att andelen invånare som bor i städer i Indonesien kommer att ha ökat med 22 % från 2002 till 2015.

Kartorna utgör ett fantastiskt underlag för att fundera kring balanser och obalanser i världen, och man undrar hur kartorna kommer att se ut om tio eller tjugo eller hundra år? Världens företag har förstås ett ganska stort finger med i spelet för att påverka det, tillsammans med politiker, gräsrotsorganisationer och alla vi andra som tillsammans är delaktiga i samhällets utveckling.



Klädexport enligt Worldmapper



RESTAURANGKEDJOR I HONG KONG OCH SINGAPORE DRAR NER PÅ MATSVINNET

Visste du att vi svenskar slänger 100 kilo mat var om året? Då pratar vi ätlig mat, inte skal och ben och sånt som det är naturligt att rensa bort. I Hong Kong är motsvarande siffra nästan dubbelt så hög. Det är inte bara dåligt för plånboken, det är också en miljöbov som heter duga. Men lösningar finns förstås, inte minst bland företag som försöker förvandla matöverflödet till något som gör nytta.

När vi pratar mat och klimat tänker vi oftast på hur kött och grödor odlas och transporteras. Men det finns en annan dimension som inte alls är oviktig i sammanhanget, och det är all den mat vi slänger och som därmed har tagit en massa miljöpåverkande resurser i anspråk helt i onödan. Det går åt flera miljarder liter vatten för att framställa all den mat vi slänger, för att inte tala om alla ton konstgödsel, alla hektar skog som omvandlats till åkermark, alla mil av transporter och andra miljöpåverkande procedurer, bara för att den färdiga produkten ska hamna i en soppåse.

Dessutom hävdar vissa att slängd mat är en global rättvisefråga: Enligt experter som citeras i [The Guardian](#) så skulle man kunna rädda minst 1 miljard människor från svält om briter och amerikaner slängde mindre mat. Argumentet är att den totala tillgången på mat i världen då skulle öka, livsmedelspriserna skulle gå ner och därmed skulle fler personer i fattiga delar av världen skulle få råd att köpa mer mat. Ett förenklat argument, förvisso, men kanske värt att fundera på.

Vad gör då företagen åt det överflöd av mat som tycks vara legio i välmående länder? Flera företag har kommit på lösningar för att ta hand om det som annars skulle slängas. Ett exempel som jag noterat i Hong Kong är *Pret A Manger* (som säljer lunchmackor och liknande) som affischerar i sina restauranger om att man vid dagens slut [skänker bort all osåld mat till behövande](#). I Singapore är *Apex-Pal*, som äger restaurangkedjor i hela Sydostasien, det första företaget i stan att [i egen regi omvandla matrester till energi](#). Det behövs, eftersom det slängs tillräckligt med mat i Singapore under ett år för att fylla 890 simbassänger. Dessutom räknar Apex-Pal att spara runt 300 000 singaporedollar om året på att börja återvinna.

Att omvandla mat till biogas är förmodligen det vanligaste sättet att ta tillvara på matrester, men jag funderar på om inte vissa livsmedelsproducenter skulle kunna göra ännu mer nytta om den mat de producerade helt enkelt var tillräckligt välgjord och god för att att vi skulle vilja äta upp hela rätten, till exempel genom att dra ner lite på [matfusket](#)? Det vore väl miljöansvarigt om något?

[Det här TV-inslaget från Hong Kong](#) ger både exempel på lösningar för att ta hand om slängd mat och förklarar varför vi borde se till att inte ta mer på tallriken än vi tänkt äta upp.

TIGERNS ÅR – KANSKE I VÄRLDSEKONOMIN MEN INTE I DJUNGELN



Det kinesiska nyåret firas med buller och bång runtom i Sydostasien, och i år infaller det den 14 februari. Nu är Oxens år till ända och Tigerns år är här i dess ställe. I den asiatiska affärspressen saknas inte metaforiska analyser om huruvida ”marknaden” under kommande år kommer att uppvisa tigeregenskaper som styrka och ledarskap. I Asiens skogar ser det dock dystert ut på tigerfronten, och företagsfären har inte oväntat ett finger med i spelet.

För 100 år sedan fanns uppskattningsvis 100 000 tigrar. [Världsnaturfonden](#) menar att de 3 200 tigrar som finns kvar i vilt tillstånd bland annat hotas av att pappers- och palmöljebranscherna förstör skogar där det finns tigerpopulationer i Indonesien och Malaysia, att nya och projekterade dammar och vägar i Mekongområdet fragmenterar tigrarnas naturliga tillhåll och att klimatrelaterade översvämningar i Bangladesh mangroveområden kan leda till att tigrarnas territorium krymper med 96 procent.

Sedan 1940-talet har tre tigerarter helt utrotats, och en fjärde art har inte setts till de senaste 25 åren. Sedan förra gången Tigerns år inföll, för tolv år sedan, så har tigrarnas markområde minskat med 40 procent.

Samtidigt menar Världsnaturfonden att det finns hopp: I slutet av januari hölls den första [Asia Ministerial Conference on Tiger Conservation](#), där ministrar och andra representanter från de 13 asiatiska länder där det finns tigrar medverkade. Mötet beslutade att åtgärder ska vidtas som fördubblar antalet vilda tigrar till år 2022.

För att lyckas med det så måste man förstås få med sig företagssektorn, och här blir det sannolikt viktigt med en rejäl kunskapshöjare om [ekosystemtjänster](#) och deras ekonomiska betydelse. Genom att rädda tigern så räddar man samtidigt andra arter som ingår i samma ekosystem som tigern, och då kan detta komplicerade kretslopp fortsätta att exempelvis producera råvaror till läkemedelsindustrin, skydda mot översvämningar, pollinera fruktodlingar och på en mängd andra sätt bistå företagen med gratistjänster.

För enskilda företag likväl som för företagssektorn i stort vore det med andra ord ett ekonomiskt självmål att inte bry sig om tigrarna och deras livsmiljö.

Med hopp om ett bra tigerår - *Gong Xi Fa Cai!*

NÄSTA STORA GREJ: VATTEN

Det har varit väldigt mycket prat om klimatet i flera års tid, och det är nästan så att man börjar känna en viss klimatmättnad, tycker ni inte? Självklart är klimatet fortsatt en högst relevant hållbarhetsaspekt, men man kan ändå undra: Vad blir nästa stora grej på företagens hållbarhetsagenda? Jag förutspår att det blir vatten.



Ett tecken i tiden är [The Water Disclosure Project](#) som lanseras nu under året. Det är det investerardrivna Carbon Disclosure Project som breddat sig, och som nu drar igång ett projekt för att uppmana företag att rapportera marknadsrelevant vattendata. Kanske kan det bidra till att fler företag börjar se över sitt ["vattenfotavtryck"](#) och att företag börjar lära sig att identifiera och strategiskt hantera sin påverkan på och sitt beroende av vatten.

Det finns oerhört många dimensioner av vatten och en hållbar utveckling: Allt från dricksvatten till korallrev till toalettspolning till torka och översvämning. Som jag skrivit om tidigare är [70 procent av Kinas floder och sjöar så förorenade att vattnet är obrukbart för människor](#). Ytterligare aspekter nämns i den här [filmsnutten om vatten och hållbar utveckling](#) från *Asia Society*. Man ska förstås inte heller glömma bort att vatten och klimat också är nära sammankopplade. Stigande temperaturer, ojämn nederbörd och extrema väderförhållanden påverkar vattentillgången för miljontals människor i sydostasiens flodområden.

Kopplingarna mellan vatten och ansvarsfull affärsverksamhet är också många. Exempelvis börjar allt fler tillverkningsföretag återföra sitt egna industriella avloppsvatten till produktionsprocessen. På så vis kan företaget både minska utsläppen till omgivande vattendrag och reducera sitt beroende av vatten från externa källor. Bra för miljön och bra för verksamheten. Bryggerianläggningen Mandaue i Filippinerna, ägt av San Miguel, är bara ett i raden av företag som [vittnar om fördelarna](#) med ett sådant system.

I Singapore, däremot, lät kaffekedjan Starbucks [en vattenkran stå på för jämnan i alla sina 57 caféer](#) för att lättare kunna rengöra arbetsredskapen. Det innebar inte bara ett oerhört slöseri med tusentals liter rent vatten, utan ledde även till negativ publicitet för det självutnämnda "gröna" företaget. Starbucks har sedermera upphört med sin vana att låta kranen stå öppen.

Rapporten [Murky Waters? Corporate Reporting on Water Risks](#) som just utkommit från organisationen *Ceres* lyfter fram ett flertal argument till varför enskilda företag har anledning att inkludera vatten i sitt hållbarhetstänk, bland annat de här:

- En minskad eller osäker tillgång på vatten kan vara riskfyllt för verksamheter som använder vatten för produktion, nedkylning eller rengöring.

- Om vattnet är förorenat kan det behöva renas innan det används i produktionsprocessen, vilket i sin tur kan leda till ökade produktionskostnader.
- En växande efterfrågan på vattneffektiva produkter och tjänster kan betyda nya möjligheter för företag som kan erbjuda lösningar på området.

Allt handlar dock inte om lönsamhet här i världen; *vatten är liv*, och det borde vara skäl nog att inte smutsa ner eller slösa bort det.



JAPANS FÖRSTA CYKELPOOL SNART HÄR

Eftersom jag är en stor vän och flitig användare av [Stockholm City Bikes](#) så gläder det mig att ett liknande system nu ska införas i Japan. I slutet av mars ska 150 cyklar placeras ut i femton cykelställ i staden [Toyama](#). Detta blir det första fullskaliga cykelpoolsystemet i landet.

Cykelpoolen (eller hyrcykelsystemet om man så vill) drivs av [Cyclocity](#), ett dotterbolag till reklamföretaget JC Decaux. Samma företag står bakom liknande system i bland annat Paris. Enligt Cyclocity visar studier att cykelpooler medför att personer oftare använder cykel istället för bil.

CSR SKAPAR MARKNADSVÄRDE, MENAR FORSKARE

Det finns ett positivt och signifikant samband mellan asiatiska företags CSR-prestanda och deras marknadsvärde. Det menar fyra forskare i [senaste numret av *Journal of Business Ethics*](#).

Studien inkluderar cirka 400 bolag i Hong Kong, Indien, Indonesien, Kina, Korea, Malaysia, Singapore, Taiwan och Thailand.

Företagens CSR-prestanda har mätts enligt ett betygssystem som Credit Lyonnais Securities tagit fram. Enligt studien så håller den positiva korrelationen i sig även när betyget för företagens CSR-arbete höjts från ett år till ett annat (åtminstone under den treårsperiod som studerats, 2001-2004). Detta innebär med andra ord att marknaden inte bara belönar bra CSR-prestanda utan även förbättrad dito.

Forskarna fann att CSR-betyget hade höjts under treårsperioden för majoriteten av företagen (utom för företag i Malaysia) vilket tyder på att medvetenheten om CSR har ökat med tiden i regionen.



BRÖSTPUMPNING PÅ JOBDET SKA FRÄMJA JÄMSTÄLLDHETEN I TAIWAN

Pumpa bröstmjölk på jobbet? Inte i Taiwans huvudstad Taipei, om företagen själva får välja. Men nu ska det bli ändring på det. Från och med den 1 april träder en ny lag i kraft som innebär att företag blir skyldiga att ordna enskilda amningsrum, allt för att främja jämställdheten på stadens arbetsplatser.

[Enligt Taiwanesisk lag](#) så har mammor till barn under ett år rätt till två pauser per dag på jobbet för att amma eller pumpa bröstmjölk. En [undersökning](#) som Taipeis stad genomfört visade dock att bara 3,9 procent av stadens företag erbjöd särskilda amningsrum till sina anställda 2009. Många företag angav ”brist på utrymme” som skäl till att inte ordna ett rum (39 procent), samt att det inte behövdes eftersom deras anställda inte var ammande eller väntade barn (28 procent).

Ytterligare skäl som anfördes var att de kvinnliga anställda inte tyckte att det behövdes, eller att de anställda mestadels var kvinnor över fertil ålder, eller män. Här kan man förstås fundera på orsaker och verkan – om det möjligen kan vara så att de kvinnor som är i behov av amnings/pumpningsmöjligheter på jobbet helt enkelt håller sig borta från näringslivet när sådana möjligheter inte ges, och att företagen bara ser till sina nuvarande anställda och inte till de som stängs ute?

Men från och med april kommer alltså en ny lag att föreskriva att alla företag och myndigheter med en golvyta större än 500 kvadratmeter ordnar enskilda amningsrum för sina anställda. Annars kan det bli böter på 6 000-30 000 NT (motsvarande 1 360- 6 800 SEK).

Vissa företag har dock redan tagit egna initiativ. [Taiwan Mobile](#) erbjuder kostnadsfri användning av kylskåp, steriliseringsutrustning och bröstpump. Företaget har även anlitat sjuksköterskor som kan hjälpa till med information. Tack vare allt detta är nu amningsfrekvensen uppe i 94 procent bland småbarnsmödrarna, och de flesta fortsätter tills barnen är minst ett år. Snittet för Taiwan som helhet är annars att 54 procent ammar den första månaden och 26 procent efter fyra månader.

STORT INTRESSE FÖR GRÖNT OCH RÄTTVIST BLAND ASIATISKA KONSUMENTER



6 av 10 konsumenter i Asien handlar rättvisemärkta eller miljövänliga produkter. Det visar en ny undersökning från Mastercard.

Intresset för gröna och rättvisa produkter har sällan varit större – inte bara i väst utan även i Asien. [Mastercards enkätstudie](#) av 3500 personer i tretton länder visar att över 80 procent av de thailändska, malaysiska och kinesiska respondenterna har köpt rättvisemärkta produkter. Sammantaget har 60 procent av alla respondenter köpt miljövänliga eller rättvist producerade varor. 70 procent svarade dessutom att de var villiga att betala ett högre pris för miljövänliga produkter; i Kina var den siffran uppe i 94 procent. 60 procent av respondenterna köper medvetet varor där en del av försäljningsintäkterna går till välgörande ändamål.

En talesperson för undersökningen säger:

“There is a shift towards ethical shopping for a new class of knowledgeable and discerning shoppers in the region. The latest MasterCard survey demonstrates that consumers are looking beyond discounts and are drawn towards ethical practices – fair trade principles or eco-friendly products.”

Av informationen från företaget framgår inte hur demografin för respondenterna ser ut, t.ex. inkomst eller ålder (men om det är företagets egna kunder som svarat har de åtminstone tillräcklig inkomst för att ha ett kreditkort). Däremot framgår att det inte är någon väsentlig skillnad mellan hur män och kvinnor har svarat.

Efter att ha vistats i Asien till och från de senaste fyra åren noterar jag att man numera ofta hittar miljövänliga tvättmedel, toapapper, ekologiska eller rättvisemärkta nötter, choklad, ägg, mjölk med mera i vanliga mataffärer, som Hong Kongs *Wellcome* eller Singapores *Fairprice*. Utbudet är inte fantastiskt, men det tycks i alla fall växa med tiden. Bilar och bilbränsle är också ett område som på sina håll är hett – Bangkok Post skrev till exempel nyligen att det råder ”miljöbilsfeber” i Thailand. För andra varugrupper är det dock mer tunnsått i utbudet, inte minst vad gäller kläder.

Det tycks med andra ord finnas en stor marknadspotential i regionen, om man får tro nämnda undersökning. Den asiatiska konsumenten köper gärna grönt och rättvist; nu hänger det mest på om producenterna kan möta en växande efterfrågan för att eko-reko konsumtion verkligen ska börja blomstra.

GOOGLE OCH MR: SPEL FÖR GALLERIerna?



Googles beslut att vägra censurera sin sökmotor och att lämna Kina är inte drivet av en vilja att värna mänskliga rättigheter, menar två Hong Kong-baserade forskare. Snarare är det en PR-strategi som grundar sig i rent affärsmässiga motiv, samtidigt som företaget plockar poäng för att vara ”socialt ansvarsfullt”.

I en kritisk analys med titeln [”Google theatre”](#) skriver Rob Hanlon och Stephen Frost att Googles ledning naturligtvis var fullt medveten redan när företaget gick in på den kinesiska marknaden 2006 att lokala regler skulle tvinga dem att medverka till att begränsa yttrandefriheten. Vad är skillnaden nu, när företaget några få år senare tycker att självcensur är ett oacceptabelt villkor, frågar skribenterna.

Hanlon och Frost menar att den grundläggande orsaken till Googles senaste agerande är att ”cyberattackerna” – som inneburit intrång (eller försök därtill) i ett antal människorättsaktivisters e-postkonton – har visat att företaget inte klarar att skydda sina användares personliga information. Detta innebär i sig en stor affärsrisk för ett IT-bolag, vare sig man vurmar för mänskliga rättigheter eller inte. Hanlon och Frost skriver:

*“As Google has said, the attack was on ‘corporate infrastructure’ and ‘theft of intellectual property’. We infer that the attack was so severe that it put the company’s business model at risk. Moreover, the company could not protect personal information of individuals. **This suggests that Google’s withdrawal has nothing to do with human rights; rather, it has to do with Google’s inability to protect the personal information of its customers.***

The helplessness of Google to protect client information would surely have brought catastrophic consequences for its business. This is the reason Google pulled-out. The human rights claims are a public justification from a company that has come under consistent home-based criticism for operating in the Mainland. Positioning the firm as a champion of human rights wins more support than acknowledging the continuous uncertainty of doing business in the Mainland.”

(CSR Asia Weekly, Vol. 6, Week 13, min betoning.)

Författarna pekar på att Google erbjuder sina tjänster i ett flertal andra länder som också kränker mänskliga rättigheter. Varför har inte Google lämnat exempelvis Vietnam, Mexico eller Ryssland?

Samtidigt är det inte bara Google som motiverar affärsbeslut på publikfriande människorättsliga grunder. Hanlon och Frost nämner bl.a. amerikanska Go Daddy som säljer domännamn i Kina.

Företagets ledning har i spåren av Googles agerande högtidligt kungjort att man lämnar den kinesiska marknaden för att man är *”concerned for the security of individuals”*. Samtidigt har företagets verksamhet i Kina gått dåligt på sistone, och man har en marknadsandel på mindre än en tiondels procent...

Ytterligare exempel på företag som agerat på liknande sätt ges i texten, och författarna frågar: *”Are we seeing the development here of a public rhetoric that might one day be known as the ‘Google Defence’?”*

Rob Hanlon och Stephen Frost tar vidare upp frågan om huruvida Human Right Watch, Amnesty International och andra människorättsgruppers berömmande tillrop efter Googles beslut verkligen är till gagn för människorätsfrågan i Kina. Det korta svaret är: nej. Istället för att hylla företag för symboliska handlingar borde organisationerna istället peka på vikten av att företag på ett strategiskt sätt hanterar affärsrisker kopplade till MR, menar författarna.

Jag kan rekommendera den som intresserar sig för problematiken som Google-fallet innebär att läsa [hela artikeln](#). Den kritiska analysen är en uppfriskande motvikt till den glada CSR-kör som sjungit Googles lov på sistone (utan att för den skull göra något utlåtande om huruvida det var en bra idé av Google att lämna Kina).

UTHYRES: HÅLLBART MODE

Kan man vara en fashionista och ständigt förnya sin garderob utan att tära väl mycket på miljön? Ja, det går visst. Ett bra exempel på det hittar jag i Singapore.

Ordet "shareware" har fått en ny innebörd, och stavas numera "share wear". Varför köpa eget när man kan dela? Det är bra både för miljön och privatekonomin. Hos [Maternity Exchange](#) i Singapore, en butik som säljer mammakläder, kan kunderna abonnera på ett "klädpaket". Man kan exempelvis välja baspaketet, då man hyr sammanlagt åtta plagg, men max fyra i taget, för 299 singdollar (1500 SEK). En lösning som ju passar extra bra för blivande mammor eftersom man ju bara behöver de specialformade kläderna en begränsad tid!

Eftersom jag befinner mig i Singapore just nu så passar jag på att sticka in huvudet i butiken, som ligger i en stor shoppinggalleria. Ett flertal besökare spanar in utbudet denna onsdagseftermiddag, och butikspersonalen är snabb att informera alla som kommer in om hyreskonceptet.

De två butiksbiträdena Shamsiah och Pearlyn berättar för mig att konceptet är speciellt populärt bland arbetande mödrar som vill variera sin klädsel på jobbet utan att för den skull köpa en massa nytt. Vidare får jag veta att kläder som varit uthyrda till uppemot fem kunder säljs som "second hand" till nedsatt pris. Dessutom har man just sjösatt ett nytt system som kallas "Buy My Love" där den som vill kan sälja använda mammakläder till butiken i utbyte mot pengar eller en rabattkupong.



Foto: Maternity Exchange

Maternity Exchange är den första kläduthyrningen av sitt slag i Singapore. Butikens ägare, före detta journalisten Deborah Ng, fick idén när hon själv väntade sitt första barn och tyckte att det var svårt att hitta snygga mammakläder, och de mer moderiktiga kläderna ofta var dyra. Butiken har nu fem år på nacken, och har ökat sin omsättning med ungefär 20 procent varje år under den här tiden.

Ingenstans lyfts konceptet fram som miljövänligt, och det verkar inte heller vara det som kunderna lockas av. Snarare är det att inte behöva betala dyrt för plagg man bara behöver använda några månader som är den stora dragmagneten. Men resultatet är ju alltså att om fler delar på samma produkter istället för att var och en ska ha eget så motverkar det slit-och-släng och det bidrar till att vår miljötärande överkonsumtion kan minska.

Mammakläder är inte det enda man kan hyra i Singapore: Barnleksaker, smycken, designväskor, kamerautrustning och till och med husdjur är andra exempel som det nyligen poppat upp uthyrning för. Att hyra har blivit inne och är inte längre något bara för den som inte har råd att köpa.



KINAS MILJÖFÖRESPRÅKARE TAR KLIVET IN PÅ BÖRSEN

Organisationer som vill påverka kinesiska företag att ta ett större miljöansvar och minska sina utsläpp har nu tagit sina protester till ett nytt forum, nämligen finansmarknaden, och närmare bestämt Hong Kong-börsen (HKEx). Många företag från Kinas fastland är listade på HKEx, och nu kräver miljöförespråkare att företagen måste bli betydligt bättre på att kommunicera miljöaspekter av sin verksamhet till aktieägare.

Enligt organisationerna [Institute of Public and Environmental Affairs](#) (IPE) och [Civic Exchange](#) har 175 av de Hong Kong-listade bolagen (dvs 16 procent av det total antalet) tillsammans gjort sig skyldiga till 750 miljörelaterade regelbrott i Kina de senaste åren. Flest överträdelser står så kallade *H shares* för, det vill säga företag som är bolagsregistrerade i Kina och handlas på Hong Kong-börsen.

Ett exempel är [Tsingtao Brewery](#), Kinas mest välkända öltillverkare och näst störst i landet sett till volym. Företaget har samlat på sig över 20 miljörelaterade regelöverträdelser i Kina mellan 2004-2009. En anläggning i Chongqing befanns släppa ut industriellt avloppsvatten med en koncentration av miljöfarliga ämnen som var 45 gånger högre än det av myndigheterna satta gränsvärdet.

Ytterligare exempel på hur företag brutit mot Kinas miljöregler lyfts fram i [den här rapporten](#).

IPE och Civic Exchange framhåller att HKEx borde kräva att listade bolag blir betydligt mer transparenta på det här området, eftersom aktieägare behöver få ta del av informationen för att kunna göra en korrekt bolagsanalys.

I dagsläget är det mycket tunt med information om miljörelaterade lagöverträdelser och påföljande åtgärder i bolagsrapporter och på hemsidor. På senare år har en del företag valt att följa framväxande internationella standarder för rapportering och ger ut särskilda hållbarhetsrapporter, men inte heller här finns någon vidare relevant information om miljöbrott och liknande, menar IPE och Civic Exchange.

Organisationerna påpekar att brott mot miljöregler historiskt sett inte fått några större finansiella konsekvenser för bolag i Kina, men att detta nu börjar ändras. Ett exempel är en textilfabrik, ägd av [Fountain Set Holdings](#), som släppte ut 22 000 ton orenat avloppsvatten per dag (!) genom ett hemligt avloppsrör till en närbelägen flod. Företaget dömdes till motsvarande cirka 11 miljoner kronor i böter.

Kanske kan IPE och Civic Exchange få gehör för sin uppmaning till HKEx att kräva företagen på information om miljörelaterade lagöverträdelser och åtgärder av desamma. Börsens ordförande Ronald Arculli uttryckte följande i börsens CSR-rapport för 2009:

“Investors now demand more transparency and accountability. I strongly believe that this experience can accelerate our pursuit of sustainable business strategy and practices. Given that stakeholders nowadays increasingly turn to broader measures of business value such as impacts on the environment and community, it is important for HKEx to not only focus on business growth but also affirm our CSR objectives and convey positively to our stakeholders our continued investment in the marketplace, workplace, community and environment as well as our long term commitment to ethical and responsible business practices”.

ATT UNDVIKA GREENBLUSHING: PR OCH CSR



Häromdagen lyssnade jag till ett panelsamtal här i Hong Kong med rubriken *CSR and PR: The Quiet Achiever Vs The Loudmouth*. Panelisterna, från Coca Cola, PR Newswire Asia och Ruder Finn, konstaterade att CSR och PR har mycket gemensamt, eftersom båda till stor del handlar om förtroende. Knäckfrågan för kvällen var hur företag kan hitta en balans mellan att kommunicera för högljutt och att vara för tystlåten.

Coca Colas kommunikationschef för Asien, Kenth Kaerhoeg, gav exempel på hur företaget erfarit båda varianterna: Efter tsunamin i december 2004 ställde företaget snabbt sina anläggningar till förfogande för att generera färskvatten till drabbade områden, och skänkte dessutom 10 miljoner US-dollar i katastrofhjälp. Men man höll en låg profil utåt sett. Följden blev att företaget blev kritiserat för att det inte gjort något – konsumenter, anställda och andra hade med andra ord ingen aning om att företaget faktiskt var klart mer involverat än det låtit påskina. Och tvärtom, när Coca Cola anklagades för att ha gjort slut på grundvatten i Indien för att tillverka läsk så bestämde man sig för att kommunicera positiva vattenfrågor så ofta man fick möjlighet, för visa sitt engagemang i saken. Men effekten blev att media hakade upp sig på problematiken i Indien och valde att skriva om kritiken om och om igen.

Greenblushing

Även om det inte gavs något klart recept för hur man bäst hittar en bra PR-balans för CSR så var den övergripande kontentan av kvällens samtal att företag bör undvika [greenblushing](#), det vill säga att vara för blygsamma för att kommunicera sitt CSR-arbete. Det ska man passa sig för även när man har dåliga nyheter att komma med, tyckte panelen. Jean-Michel Dumont, ordförande för PR-byrån Ruder Finns asiatiska verksamhet sa att deras rekommendation alltid är att kommunicera eventuella dåliga nyheter med en gång. Då uppfattas man som ärlig och transparent.

Tecken på att er organisation ägnar sig åt [greenblushing](#)

- Ni tror att ni behöver ha svar på allt innan ni kan kommunicera
- Ni hyser motstånd mot att prata om organisationens aktiviteter, till och med när ni blir ombedda
- Ni tonar ner organisationens resultat internt (något som kan motverka de anställdas motivation)
- Ni är rädda för att diskutera organisationens arbete med kunder i tron att det kan slå tillbaka mot er om kunderna inte delar era intressen
- Ni antar alltid att kommunikation innebär större risk än belöning
- Ni känner att det ni gör är "inget särskilt"

Källa: [Dix & Eaton](#)

Det finns ett kinesiskt uttryck som säger att geväret alltid pekar mot den första fågeln. I det här sammanhanget skulle det betyda att ett företag som kommunicerar för högljutt riskerar att locka till sig kritiker. Men panelen var ense om att man kan vända dåliga nyheter till goda, om man bara är uthållig nog. Det som först är en dålig nyhet – exempelvis att inspektörer funnit mycket att anmärka

på hos underleverantörernas arbetsförhållanden – kan vid uppföljande kommunikation fokusera på hur saker och ting har blivit bättre, och företaget kan istället bli en ”first mover” på att adressera den typ av problem som uppmärksammas.

Kulturella skillnader

Är det då någon skillnad mellan västliga och asiatiska företag i termer av CSR och PR? Ja, det kan det förstås vara. Dan Ye, CFO och chef för affärsutveckling på PR Newswire Asia framhöll att västliga företag med en ”global” CSR-kommunikation riskerar att asiatiska mottagare inte uppfattar innebörden, på grund av kulturella skillnader. Vice versa kan asiatiska företag som vill kommunicera med västliga aktieägare misslyckas med att nå fram om man har olika förståelse av vad begreppet CSR innebär. Dessutom finns många olika kulturer inom respektive världsdel, inklusive olika juridiska kontexter, ekonomiska förhållanden, maktbalanser i samhället med mera, så kanske måste man se till mer specifika områden än ”väst” och ”öst” om man vill anpassa sin kommunikation.

Panelen menade också att det kan vara väldigt olika hur traditionell media fungerar på olika marknader. Men detta håller på att ändras i och med *social media*; det inte är så stor skillnad mellan bloggare på olika marknader tycks det som. Utmaningen nu är snarare att hitta bra sätt att kommunicera med den växande skara intressenter som inte nöjer sig med de enkla svaren. Intressenter vill inte bara veta att företaget planterat ett antal träd – vad händer med träden sedan och vad blir effekterna på det omgivande samhället?

DISNEYLAND I HONG KONG LANSERAR EKOGUIDE FÖR SYNSKADADE

På Disneyland i Hong Kong hittar man inte bara Musse Pigg och Kalle Anka – här finns även en miljon träd och buskar. Nu har nöjesparken tagit fram en guidebok i punktskrift som gör det möjligt även för synskadade att följa en naturslinga och samtidigt få information om träd och fjärilar längs vägen.



I Hong Kong finns världens minsta Disneylandanläggning. Den öppnade 2005, och har sedan dess mötts av all möjlig kritik på CSR-området. Fyrverkerier som förorenar luften, usla arbetsvillkor och den kontroversiella rätten [hajfenssoppa](#) på menyn är bara några exempel. Foto: Hong Kong Disneyland

Men som väl är finns det också anledning att uppmärksamma positiva nyheter kring parken. Nu senast handlar det om att man har tänkt på att göra Disneylands naturupplevelse (jo, för det finns visst en sådan, bland all kommers) tillgänglig för synskadade. En [guidebok](#) som informerar om de 80 trädarter och 30 fjärilsarter som finns längs nöjesparkens tre naturslingor finns nu också i punktskrift. Det öppnar förstås nya möjligheter för Hong Kongs 120 000 synskadade att lära sig mer om den artrikedom som finns innanför Disneylands grindar.

Vid lanseringen den 17 april [uttryckte en av besökarna](#):

“Walking in the grass, breathing fresh air and understanding more about trees is not just for the able bodied. Although we cannot see, we can feel the beauty of the nature here in our hearts.”

Att vidga sitt mångfaldsperspektiv till att också omfatta synskadade verkar inte höra till vanligheterna i vare sig CSR-chefernas eller affärs- och produktutvecklarnas tillvaro än så länge. Disneys initiativ ter sig ju egentligen som ganska okomplicerat att genomföra, och är förmodligen ett representativt exempel för att det inte nödvändigtvis är en teknologisk tröskel som företag måste ta sig över för att kunna anpassa sitt utbud till synskadade. Utmaningen består snarare i att överhuvudtaget påminna sig om att alla människor inte är seende. Förhoppningsvis kan Disneyland i Hong Kong inspirera fler till att tänka i nya banor kring tillgänglighet och lika möjligheter för den mångfald av människor som utgör den så kallade marknaden.

CIGARETTFIMPAR OCH ANNAT SKRÄP FÅR NYTT LIV: TRE INSPIRERANDE EXEMPEL

Varje dag produceras miljarders miljarder varor i världens fabriker. Mycket är förbrukningsvaror och förpackningar som vi slänger nästan direkt efter inköpet. Vart tar allt vägen till slut? Stora mängder hamnar förstås på soptippen (eller i havet och på andra ställen där de inte borde vara), men som tur är har en och annan entreprenör och visionär hittat nya användningsområden för gamla grejer, och gör därmed en hjälteinsats för vår miljö. Här är tre intressanta exempel från Kina, Japan och Taiwan på hur skräp kan få nytt liv.

Cigarettfimpar blir rostskydd: Förhoppningsvis kan en del av de 4,5 biljoner fimpar som hamnar i naturen varje år nu börja göra lite nytta istället för att bara ligga och skräpa. Forskare i Kina har



upptäckt att [kemikalier som finns i cigarettfimpar kan användas som rostskydd](#).

Efter att ha lagt fimparna i vatten kunde forskarna extrahera nio sorters kemikalier, däribland nikotin, som nu alltså kan återanvändas för nya syften. Forskningen finansierades av ett kinesiskt oljebolag; tydligen är rost ett stort problem i oljebranschen, som lägger stora summor pengar varje år på att underhålla och reparera rostande stålrör.

Plastflaskor blir hus: I Taiwan har 1,5 miljoner använda plastflaskor blivit byggmaterial till en 130 meter lång och 26 meter hög byggnad i tre våningar. Låter det skört? Inte alls: byggnaden kan stå emot jordbävningar såväl som tyfoner. Huset, som heter [EcoARK](#) är tänkt att fungera som en utställningslokal, och innehåller bland annat en amfiteater. Det kan tas isär och flyttas om man vill, vilket passar bra om det ska användas för olika utställningar. EcoARK kommer i förstone att användas för höstens ”2010 Taipei International Flora Expo”. I Taiwan slängs 2,4 miljarder



Foto: The China Post

plastflaskor varje år, och bara 4 procent återvinns eller återanvänds. En talesman för byggnadsprojektet kallar EcoARK för "ett miljömirakel". ([Se mer här.](#))

Kartonger blir konst: Den japanske konstnären Yuji Honbori gör Buddha-skulpturer genom att sammanfoga ett stort antal skivor använd kartong. Han ritat först konturerna av Buddha på en kartongskiva och skär sedan till tusentals likadana skivor, som sedan limmas ihop. ([Se mer här.](#)) Som konstnären själv säger: *"Kritikerna fick rätt när de säger att modern konst är skräp."*

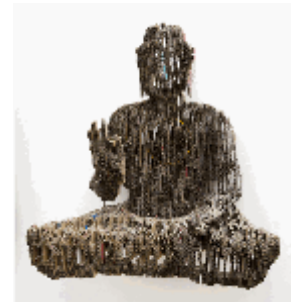


Foto: Haku Gallery

TRENDSPANING: GRÖNA GALLERIOR OCH KONTOR

Shoppingmekkat Singapore har nu fått sin första "eko-galleria". Allt från luftkonditionering till toalettspolning går i miljöns tecken. Projektet är ett uppmuntrande exempel på hur bra det kan bli om man bygger in ett grönt tänk redan på designstadiet. Och inte behöver det kosta skjortan heller.



I höstas öppnade "Singaporens första eko-galleria", som [City Square Mall](#) själva benämner sig. Shoppingcentret ligger i Little India och försöker locka kunder från citykärnan med färgglada affischer som visar blommor, fjärilar och glada familjer med shoppingpåsar i händerna.

Vad är det då som är så eko med det här stället? Efter ett besök i City Square Mall kan jag konstatera att inte är det själva butikerna; jag hittar bara två affärer som är inriktade på att sälja ekologiska produkter av olika slag. Nej, grejen med det här stället är snarare själva byggnaden, där miljötänket lyser igenom i allt från materialval till uppvärmning och avkylning.

Byggbolaget *City Developments Limited (CDL)* har investerat ungefär 5 procent av den totala kostnaden i detta 65,000 kvadratmeter stora komplex på miljövänliga lösningar, och trots att det är en liten andel så kan listan göras lång över de åtgärder man infört; här är bara några exempel:

- På herrtoaletten används inget vatten i pissoaren, något som sparar 3000 kubikmeter vatten per år. Mitt medföljande herrsällskap vittnar om att det var fräscht trots att inget vatten användes.
- Växter har ställts ut på strategiska ställen för att ha en avkylande effekt (något som har betydelse i det tropiskt varma Singapore).
- Kondensvatten från luftkonditioneringen samlas in och återanvänds. Detta sparar 5,593 kubikmeter vatten varje år.

- En högeffektiv kylanläggning medför att man jämfört med ett vanligt system sparar 4,693 megawattimmar per år, vilket motsvarar 891,800 SGD (5 miljoner SEK).
- På taket finns solpaneler, och en anordning för att samla in regnvatten (som används för bevattning av växter).
- I själva byggprocessen brukades alternativa material och tekniker, som medförde att man tårt mindre på naturresurser som sand (för betongtillverkning) och granit som annars brukar användas *en masse* i sådana här projekt. Den [miljömedvetna byggprocessen](#) har inneburit att man kunnat hålla en lägre energi- och vatten förbrukning och genererat mindre koldioxidutsläpp än när branschens vanliga normer följs.

En längre lista finns [här](#) för den som vill läsa mer.

För att entusiasmera och engagera besökarna försöker gallerian på olika sätt att erbjuda en *eco-learning experience*. I ett antal informationskiosker kan man t.ex. få realtidsinformation om hur stor andel solenergi som gallerian använder just då, hur stor energiförbrukningen och koldioxidutsläppet är, med mera. Dessutom ordnas scenframträdanden, kurser och utställningar och andra evenemang på miljötema.

Grön arkitektur och miljövänliga lösningar för kommersiella byggnader verkar vara en ny och het trend i Singapore:

I våras meddelade hyresvärden *JTC* att en ny kontorsbyggnad på 37,500 kvadratmeter ska byggas med hjälp av bästa möjliga miljölösningar, exempelvis solenergisystem, regnvatteninsamling och miljövänliga byggmaterial. Byggnaden, som ska heta [Cleantech One](#), välkomnar 50 ”gröna” hyresgäster när den står klar i december 2011.



Emma Sjöström använder en informationskiosk i City Square Mall.

Andra ställen, som inte haft ett grönt tänk från början, försöker hitta lösningar för att ändå bli lite grönare i efterhand. Den trendiga gallerian *313@Somerset* på Orchard Road har infört ”gröna hyreskontrakt” – *the Green Lease*. Det innebär bland annat att butikerna uppmuntras att införa mer miljövänliga material i sin inredning och i displayer, och att göra investeringar för att minska sin energiförbrukning, som exempelvis energisnålare belysning.

Många fler exempel finns, och vi kan hoppas att den gröna bygg- och arkitekturtrenden i Singapore spillet över till andra delar i regionen, där det annars tycks som att toaletter som använder 23 liter vatten per spolning, hus som är byggda helt i betong, och luftkonditionering som kräver att man har en stickad tröja med sig till jobbet är legio. Som tur är finns ofta pengar att spara på den här typen av lösningar, och det om något är ett språk som Asiens (och världens) byggherrar förstår.

FÖRE DETTA SWEATSHOPARBETARE LANSERAR EGEN KLÄDKOLLEKTION

Arbetstagare som tidigare jobbat i sweatshops i Thailand och Argentina gör nu gemensam sak för förbättrade arbetsförhållanden. Den 4 juni lanserar de kollektionen ”No Chains”.



Syftet med det nya klädmärket [No Chains](#) är dels att skapa arbetstillfällen med schyssta villkor i klädindustrin, och dels att öka omvärldens medvetenhet om det utnyttjande av arbetskraften som är vanlig i branschen.

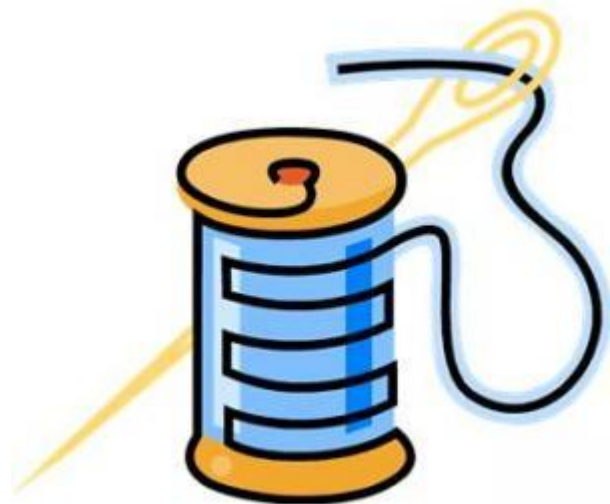
Den ena delen av samarbetet består av kvinnor från Thailand, som inte fick ut sin rättmätiga ersättning när fabriken de arbetade vid stängdes 2003 (fabriken tillverkade varor för bl.a. Nike, Adidas och Umbro). De bildade då kooperativet Dignity Returns för att kunna fortsätta tillverka textilvaror, men på egna villkor. Under en konferens förra året träffade de medlemmar från det argentinska textilköoperativet La Alameda, som även det hade bildats som ett resultat av den exploatering som arbetstagarna utsatts för tidigare. De två grupperna bestämde sig för att samarbeta och sprida sin kamp mot omänskliga arbetsförhållanden i klädbranschen runt om i världen, genom att lansera ett gemensamt globalt klädmärke som står fritt från slavarbete och utnyttjande.

På sin hemsida förklarar medlemmarna varför man valt namnet No Chains:

”The clothes produced in traditional garment factories, trap workers in chains – in chains of debt, chains of control by bosses who care for money and not workers – and chains of global production, where many parties grab profits that come from the blood of workers.”

Klädkollektionen kommer att lanseras samtidigt i Bangkok och Buenos Aires. Den kommer också att kunna köpas via internet. Planen är att tillverka mer kläder i samarbete med andra kooperativ.

SÅ KAN KÖPANDE FÖRETAG PÅVERKA ARBETSVILLKOREN I VIETNAM



Om utländska företag vill att deras uppförandekoder ska ge en positiv effekt på arbetsvillkoren i vietnamesiska

fabriker bör de göra två saker: Påvisa ett samband med förbättrad produktivitet, och lobba för bättre lagstiftning. Det säger Jee Young Kim, som ägnat flera års forskning åt frågan.

Vietnam, som har 84 miljoner invånare, är ett av de fattigaste länderna i Asien. Jordbruket svarar för den största andelen av exporten (40 procent), men en annan viktig exportsektor är textil- och skoproduktion.

Liksom på andra håll i Sydostasien så är det ofta långt ifrån frid och fröjd i landets fabriker. Låga löner, långa arbetsdagar och begränsad föreningsfrihet är vanligt i den arbetsintensiva industrin.

Vad kan de köpande bolagen göra åt detta? Det undrar inte bara många inköpschefer runt om världen, utan även en och annan forskare som försökt ta sig an frågan på djupet. Jag stämmer därför träff med Jee Young Kim, som skrivit en avhandling om hur privata och statliga regleringar kan motverka sweatshops i Vietnam. Hon har intervjuat 111 arbetstagare vid 56 fabriker, och dessutom intervjuat ledningen i 124 fabriker, alla inom kläd- och skobranschen.

Jag träffar Jee Young på [The Chinese University of Hong Kong](#), där hon numera är verksam efter ett antal år vid Harvard University.

Har de köpande företagens uppförandekoder någon inverkan på arbetsvillkoren tycker du?

Ja, på vissa områden kan man se ett samband. Den mest positiva korrelationen mellan företags uppförandekoder och förbättrade arbetsvillkor gäller hälsa och säkerhet enligt mina resultat, snarare än exempelvis löneläget.

Varför är det så?

Vietnam har en detaljerad lagstiftning för hälsa och säkerhet, och föreskriver exempelvis en högsta tillåten temperatur i fabriker, att arbetstagarna har rätt till årliga hälsokontroller och att det ska

finnas hälsokliniker i anslutning till arbetsplatsen. Jag kan konstatera att fabriker där köparna har uppförandekoder på det här området oftare också följer lagen, jämfört med de som saknar uppförandekoder. Man kan säga att den privata reglering som uppförandekoderna utgör fungerar som en förstärkningsmekanism av lagen.

Varför tror du att uppförandekoderna inte fungerar lika bra för att åstadkomma bättre löner?

Därför att det inte finns en lika tydlig lagstiftning på det här området, och det finns en motsättning mellan köparnas mål med sina uppförandekoder och den rådande lagstiftningen i det här fallet.

Vad har du för råd till utländska bolag som vill verka för bättre arbetsvillkor?

Att de bör försöka motivera fabrikerna att vilja följa uppförandekoderna, snarare än att bara diktera villkoren. De vietnamesiska fabrikscheferna gillar inte att bli tillsagda vad de ska göra, och det förekommer att man använder lagen som argument mot köparens uppförandekoder. Det är till exempel inte ett lagkrav att ha luftkonditionering (man kan ju sänka temperaturen på andra sätt), men många köpare kräver det, och då kan det hända att en fabrik vägrar med hänvisning till lagen. Numera talar allt fler köpande företag om att arbeta tillsammans med fabrikerna för att möjliggöra att de lever upp till koderna, och det är bra, så länge köparna förstår att fabriksledningen inte kommer att helhjärtat anamma koderna om de inte ser ett business case.

Vad mer kan de köpande företagen göra?

Eftersom jag sett att det finns ett samspel mellan uppförandekoder och lagstiftning så är mitt andra råd att utländska köpare bör engagera sig i myndigheternas arbete och verka för att det finns lagar som stöder uppförandekoderna.

Men kan de verkligen göra det? Finns det exempel på det?

Det finns exempel på skoföretag som har ordnat workshops för fackföreningsföreträdare och som har tagit fram material för myndighetspersoner. Men det är inte speciellt vanligt. Fler företag borde engagera sig för att höja den lagstadgade minimilönen.

Jee Young Kims avhandling heter "Governance Beyond Borders: Anti-Sweatshop Regulation in Vietnam's Fashion and Footwear Industries" och kan beställas genom [ProQuest](#).

ÖRENT SPEL I FOTBOLLSFABRIKEN



Fotbolls-VM är i full gång och glädjeyran och entusiasmen i Sydafrika och i världens TV-soffor och barer vet inga gränser. Men fullt så lustfyllt är det inte i de asiatiska fabriker som tillverkar själva fotbollarna. Tretton år efter de upprörande uppgifterna om att [pakistanska barn sydde fotbollar för några ören i timmen](#) är situationen fortfarande inte vidare bra på flera håll.

International Labor Rights Forum (ILRF) har tittat närmare på de fyra länder med mest bolltillverkning, nämligen Pakistan, Kina, Thailand och Indien. I en [nyutgiven rapport](#) från organisationen finns gott om exempel på orimliga arbetsförhållanden. I en fabrik i Kina arbetade de anställda upp till 21 timmar per dag under högsäsong, utan en enda dag ledig på en hel månad. I en del indiska fabriker fanns varken rent dricksvatten eller tillgång till toalett. I Pakistan uppgav hälften av de över 200 intervjuade arbetstagarna att de tjänade mindre än den lagstadgade minimilönen. Och så vidare.

En anledning till att det är svårt att få bukt med problemen är att mycket av fotbollstillverkningen sker i hemmen eller av leverantörernas underleverantörer (s.k. ”stitching centres”) och ofta sker det på tillfällig basis. En sådan fragmenterad leverantörskedja försvårar förstås möjligheterna till att kontrollera arbetsvillkoren för de som syr bollarna. Det leder också till att arbetstagarna är mer utsatta än annars, och deras situation utnyttjas ofta till att betala sämre löner och på andra sätt bryta mot deras rättigheter.

Så vad göra? Vad gäller just VM så skulle förstås FIFA kunna engagera sig ännu lite mer för att ställa krav på den produkt som ju trots allt utgör själva kärnan i deras verksamhet, om man säger så ([men redan idag så gör man åtminstone ett försök i den riktningen](#)). Som vanligt behöver dessutom de köpande sportföretagen ta sig ytterligare en funderare på hur de kan styra upp produktionsapparaten så att de skapar förutsättningar för att tillverka deras produkter på ett okej sätt. Och visst jobbas det hårt på flera fronter för att saker och ting ska bli bättre, men det räcker inte. Min fotbollshälsning till dessa företag är: Tag kontrollen över produktionen! Det är ju ert jobb. Om affärsmodellen omöjliggör att fotbollarna tillverkas på vettiga villkor så kanske man måste tänka om på något sätt?

Redan idag finns [rättvisemärkta fotbollar](#) att tillgå på marknaden. Vore det inte en bra målsättning inför nästa VM att alla bollar på planen är garanterat schysst tillverkade? Jag tror att jag hörde ett ”ja” från VM-bollstillverkaren [Adidas](#) där, eller?

csr i asien