



GÖTEBORGS UNIVERSITET
INST FÖR GLOBALA STUDIER

Making fashion sustainable and making sustainability fashionable

- en fallstudie av makt och påverkan mellan
Swedwatch och svenska textilföretag

Tora Wilhelmsson

Vårterminen 2015

Handledare: Erik Andersson

Bachelor Thesis in Global Studies

Examensarbete för kandidatexamen i Globala studier

Institutionen för Globala Studier vid Göteborgs Universitet

Abstract

The aim of this paper is to consider how Swedwatch use their power to influence social responsibility and sustainability in the Swedish textile industry. Through theories of power, responsibility and influence the study examines empirical material from sustainability reports, reviews and interviews from the corporations and from Swedwatch. Relevance for Global Studies is made through the study's focus on global business structures and theories of structural injustice and sustainability. The analysis consists of five parts regarding responsibility, influence, legitimacy, power resources and structures in the textile industry. Main findings include that the role of Swedwatch as a critical examiner has an impact on Swedish companies, but it does so more as a partner and source of information than being a standards authority. The power relations are therefore considered to be interdependent.

The title of this paper is a quote from H&M's Conscious Actions Sustainability Report 2013, p. 5.

Tack!

Jag vill rikta ett tack till Fredrika Klarén på KappAhl, Anna-Karin Wårfors på Gina Tricot och till Linda Skogsberg och Ingrid Porss på Lindex för visad hjälpsamhet. Tack till Eva Kindgren på KappAhl för insiktsfull erfarenhet och kunskap. Jag vill även tacka Julia Hale på Swedwatch som bidrog med mycket värdefull kunskap och inspiration.

Jag vill tacka vänner och familj för hjälp och stöd.

Slutligen vill jag även tacka min handledare Erik Andersson.

Lista över förkortningar

BGMEA: Bangladesh Garment Manufacturers and Exporters Association

BSCI: Business Social Compliance Initiative

BSR: Business Social Responsibility

CSR: Corporate Social Responsibility

GRI: Global Reporting Initiative

ILO: International Labour Organisation

NGO: Non-Governmental Organisation

OECD: Organisation for Economic Co-operation and Development

RFSU: Riksförbundet För Sexuell Upplysning

Innehållsförteckning

1. Introduktion	7
1.1 Inledning och relevans	7
1.2 Syfte	8
1.3 Problemformulering och frågeställningar	8
1.4 Beskrivning av fallstudieobjekt	8
1.4.1 Swedwatch	8
1.4.2 H&M	9
1.4.3 Lindex	9
1.4.4 KappAhl	10
1.4.5 Gina Tricot	10
1.5 Globala riktlinjer för företag	10
1.5.1 Global Compact	10
1.5.2 Global Reporting Initiative	10
1.6 Fallstudiens avgränsningar	11
1.7 Disposition av uppsatsen	11
2. Tidigare forskning	12
2.1 Företagens ansvar	12
2.2 Hållbarhetsarbete och CSR inom textilbranschen	13
2.3 Relationen mellan NGOs och företag	14
2.4 Fallstudiens position i forskningsfältet	15
3. Teoretiskt ramverk	16
3.1 NGOs påverkan på företagens ansvarstagande	16
3.2 Maktrelationen mellan två aktörer	17
3.3 NGOs och företag som aktörer i strukturer	18
3.4 Operationalisering av teorier	19
4. Metod och material	21
4.1 Metod för insamling av material	21
4.1.1 Urval	21
4.1.1.1 Rapporter	22
4.1.1.2 Intervjupersoner	22
4.2 Metod för analys	23
4.2.1 Analysverktyg	24
4.2.2 Diskussion och resonemang kring metoden	25

5. Resultat och analys	26
5.1 På vilket sätt agerar Swedwatch för att ställa företagen ansvariga för förändring av missförhållanden?	26
<i>Slutsats analysfråga 1</i>	30
5.2 Finns det tecken på att Swedwatch påverkat vilka ämnen inom social hållbarhet som företagen arbetar med?	30
<i>Slutsats analysfråga 2</i>	34
5.3 Vilken legitimitet ger företagen Swedwatch?	35
<i>Slutsats analysfråga 3</i>	36
5.4 Vilka resurser använder Swedwatch för att stärka sin makt?	37
<i>Slutsats analysfråga 4</i>	39
5.5 Hur uttrycks företagens ansvar, förändringsmöjlighet och makt inom strukturer?	40
<i>Slutsats analysfråga 5</i>	44
6. Sammanfattande diskussion och slutsatser	45
6.1 Sammanfattande slutsatser	45
<i>Vilka maktrelationer kan märkas mellan Swedwatch och svenska textilföretag?</i>	45
<i>Hur påverkar Swedwatch företagens sociala hållbarhetsarbete?</i>	45
6.2 Diskussion om metod och material	46
6.3 Uppsatsens position i forskningsfältet	47
6.4 Avslutande sammanfattning	48
Referenslista	49
Bilagor	53

1. Introduktion

I detta inledande kapitel ges bakgrund och relevans för uppsatsen, samt syfte och problemformulering. Därefter följer en beskrivning av uppsatsens fallstudieobjekt med övrig relevant information, vilket är tänkt att ge läsaren en bättre bakgrundsförståelse för uppsatsens syfte och frågeställningar. Kapitlet avslutas med avgränsningar och disposition av uppsatsen.

1.1 Inledning och relevans

Civilsamhället, marknaden och staten brukar ses som samhällets tre sektorer, som är beroende av, och påverkar varandra på olika sätt (Todaro & Smith, 2011: 511 - 512). Staten ses ofta som den styrande aktören som skall se till utveckling, mänskliga rättigheter och säkerhet för människor. Den här bilden börjar förändras, i takt med att världen blir mer globaliserad och gränserna mellan de tre sektorerna luckras upp (ibid.). Globaliseringen har möjliggjort för nationella företag att expandera till världsomspännande produktion, marknadsföring, styrning och konsumtion. Den globala konkurrensen detta innebär pressar prisnivån för färdiga produkter och arbetskraft, vilket ofta gör att transnationella företag¹ förlägger produktionen till låginkomstländer (Eklund, 2010, kap 2 - 3). Arbetskraften i låginkomstländer är ofta billig med anledning av dåliga arbetsvillkor; långa arbetsdagar, minimilöner, skadlig arbetsmiljö och lågt fackligt stöd (Kiely, 2008: 183; Ekman, 2013). Huruvida transnationella företag påverkar utvecklingen av produktionsländerna negativt eller positivt är omtvistat (Todaro & Smith, 2011: 688 - 694). Relevansen för globala studier finns i uppsatsens studie av globala ekonomiska fenomen och hur dessa påverkar social social hållbarhet och mänskliga rättigheter. Uppsatsen diskuterar därför strukturer som bidrar till orättvisa förhållanden, där globalt och lokalt länkas samman i ansvarsfrågor.

Transnationella företagens aktiviteter, effekter och ansvar vid produktion i främst låginkomstländer får idag stor uppmärksamhet; och begreppet Corporate Social Responsibility (CSR) har sedan 2000-talets början blivit allt viktigare (Borglund, De Geer & Hallvarsson, 2009). De flesta stora företag har med detta som anledning insett vikten av ett utarbetat och uttalat hållbarhetsarbete. Bakom detta finns ekonomiskt rationella aspekter; ett gott rykte för företaget innebär fler kunder och ökad försäljning (Eklund, 2012.; Kiely, 2008). En anledning till denna utveckling är de Non-Governmental Organisations (NGOs) som fokuserar sitt arbete på företagens hållbarhetsarbete

¹ Transnationella företag har sin produktion i fler länder än ursprungslandet (Kiely, 2008, s. 183).

(Borglund et al., 2009). NGOs skapas av engagemang från civilsamhället, och strävar efter att uppmärksamma och påverka globala och lokala problem. I och med statens förändrade roll under de senaste decennierna anses NGOs delvis ha axlat ansvaret för att hållbarhet efterlevs i världen (Yaziji & Doh, 2009: 7; Todaro & Smith, 2011: 539 - 545; Desai, 2008). En av de många NGOs som arbetar för att uppmärksamma hållbarhetsproblematik är Swedwatch, som granskar effekter av svenska företags produktion i låginkomstländer.

1.2 Syfte

Denna uppsats har som syfte att utröna hur Swedwatch använder sin makt för att påverka svenska textilföretags sociala ansvarstagande och hållbarhetsarbete.

1.3 Problemformulering och frågeställningar

Baserat på den globala utvecklingen av företag och civilsamhälle under de senaste decennierna är det intressant att genom ett specifikt fall undersöka på vilket sätt det går att se om civilsamhället kan påverka företag; i detta fall om Swedwatches granskningar har makt att påverka svenska textilföretag. Det är av intresse i uppsatsen att undersöka vilka missförhållanden som framhålls av de olika aktörerna, vad som anges som orsak till problemen och om någon ansvarig för förändring finns angiven. Den maktrelation som finns mellan Swedwatch och svenska klädföretag kommer att undersökas och analyseras för att utröna vilken påverkan dessa aktörer kan tänkas ha på varandra, och främst om Swedwatches påverkan på företagen. Formen för uppsatsens fallstudie är att undersöka följande specifika frågor:

- Vilka maktrelationer kan märkas mellan Swedwatch och svenska textilföretag?
- Hur påverkar Swedwatch företagens sociala hållbarhetsarbete?

1.4 Beskrivning av fallstudieobjekt

1.4.1 Swedwatch

Swedwatch är en svensk NGO med syfte att granska och rapportera om missförhållanden vid svenskbaserade företags produktion i utvecklings- och tillväxtländer, med fokus på social och miljömässig hållbarhet (Swedwatch, u.å.). Genom sina rapporter förmedlar de kunskap och rekommendationer till svenska företag. De verkar också för att driva en dialog med svenska

institutioner och företag för att öka uppmärksamheten och uppmuntra om arbete som förebygger missförhållanden (ibid.).

Swedwatch består av medlemsorganisationerna Diakonia, Afrikagrupperna, Svenska Kyrkan, Naturskyddsföreningen, Latinamerikagrupperna samt Fair Trade Center. Representanter från varje medlemsorganisation utgör föreningens styrelse som är den som tillsammans med kanslichefen avgör vilka granskningar som ska göras (Swedwatch, u.å.; Swedwatch, 2014). Verksamheten finansieras av Sida samt av medlemsorganisationerna. Granskningarna genomförs genom fältstudier, information från det granskade företaget samt genom forskning och information från experter. Swedwatch granskar inte enskilda företag utan istället företag inom branscher. Organisationen har ett kritiskt förhållningssätt men strävar efter att ge en rättvis bild av de företag som granskas. Inom ett år efter att granskningen gjorts görs en uppföljning om det förekommit förändringar som är intressanta att rapportera (Swedwatch, 2014). Ett kriterium för att Swedwatch ska granska ett fall är att det ska:

[...] ha så pass stark koppling till den svenska marknaden eller svenskt näringsliv att Swedwatches studier har möjlighet att påverka de missförhållanden som dessa företag eller deras samarbetspartners åstadkommit eller bidragit till (Swedwatch, 2014).

1.4.2 H&M

H&M grundades 1947 och har idag 3600 butiker världen över (H&M, u.å.a). Från början sålde företaget bara damkläder, men har idag utökat sitt sortiment till att även innehålla herr- och barnkläder, kosmetik, smycken och heminredning (H&M, u.å.b). H&Ms huvudkontor finns i Stockholm och företagets första CSR-rapport publicerades 2002 (H&M, u.å.c). H&Ms affärsidé är *"Fashion and quality at the best price in a sustainable way"* (H&M, u.å.d).

1.4.3 Lindex

Lindex grundades 1954. Företaget sålde i början endast underkläder men säljer idag kläder, underkläder och smycken för kvinnor, män och barn (Lindex, u.å.a). Lindex affärsidé är *"to offer inspiring, affordable fashion"* (Lindex, 2013: 8). Lindex har ca 400 butiker i Europa samt Ryssland och Saudiarabien (Lindex, u.å.b; Lindex, u.å.c). Lindex första hållbarhetsrapport publicerades 2007 (Lindex, u.å.d).

1.4.4 KappAhl

KappAhl grundades 1953 och har idag ca 400 butiker och ca 4500 anställda i Sverige, Norge, Finland och Polen. Huvudkontor finns i Mölndal. Företagets affärsidé är ”Prisvärt mode för många människor”, och de säljer kläder för kvinnor, män och barn (KappAhl, 2013). Företagets första hållbarhetsredovisning publicerades år 2008 (KappAhl, u.å.)

1.4.5 Gina Tricot

Gina Tricot började sälja kläder 1997, och har idag 180 butiker i Sverige, Finland, Norge, Danmark och Tyskland (Gina Tricot, u.å.). Företaget säljer kläder, smycken, accessoarer och kosmetika för kvinnor. 2013 hade företaget drygt 2000 anställda, och huvudkontoret finns i Borås (Gina Tricot, 2013: 4). Gina Tricots första hållbarhetsredovisning gjordes 2012.

1.5 Globala riktlinjer för företag

1.5.1 Global Compact

FNs Global Compact initierades år 2000 och är idag världens största frivilliga CSR - initiativ (Ruggie, 2007: 2). Baserat på FNs mänskliga rättigheter finns tio vägledande principer för företag gällande på arbetsförhållanden, miljö, anti-korruption och mänskliga rättigheter. Global Compact konstaterar att företag ska använda sitt inflytande för att säkerställa att mänskliga rättigheter inte kränks, och om detta sker är det företagets uppgift att åtgärda de problem som leder till kränkningar. Global Compact inriktar sig på företag som verkar i låginkomstländer, och slår fast att företagens ansvar existerar oavsett statens efterlevnad av mänskliga rättigheter (Ruggie, 2007:2; FN, 2011: 14). Yaziji och Doh (2009: 151 - 152) påpekar att NGOs som granskar arbetsförhållanden var en stor bidragande faktor till att Global Compact skapades. Samtliga fyra företag som undersöks i denna uppsats; H&M, Lindex, KappAhl och Gina Tricot, har valt att ansluta sig till Global Compact.

1.5.2 Global Reporting Initiative

Global Reporting Initiative (GRI) startades 1997 (GRI, u.å.a.). Organisationen har skapat ett ramverk för hållbarhetsrapportering som används över hela världen av både företag och organisationer. Nyligen lanserade organisationen det fjärde ramverket, G4, som har utvecklats genom kommunikation med företag och civilsamhället (ibid.). När företag gör en hållbarhetsrapport i enlighet med GRIs ramverk bör företaget ange på vilken nivå de rapporterar; A, B eller C. Företagen själva avgör vilken nivå de rapporterar på, vilket innebär att de tar upp samma aspekter

men olika utförligt. Företag börjar på nivå C vilken är den lägsta, och allt eftersom de blir mer kompetenta kan de välja att rapportera på högre nivå. Då GRI inte är bindande är det upp till företagen att avgöra om de rapporterat allt i enlighet med önskemålen för deras nivå (GRI, u.å.b). KappAhl, Lindex och Gina Tricot rapporterar på GRI nivå C medan H&M rapporterar på nivå B.

1.6 Fallstudiens avgränsningar

Hållbarhet ses ofta som ett samspel av tre komponenter; miljömässig, social och ekonomisk. Fokus i denna uppsats kommer vara främst på den sociala delen av hållbarhet, som här visar sig i arbetsförhållanden för de anställda i företagets produktion (Todaro & Smith, 2011: 688 - 694). Den granskning som Swedwatch gjort av den svenska textilbranschen, som används i uppsatsen, handlar om arbetsförhållanden. Genom att fokusera på social hållbarhet är min förhoppning att påverkan från en specifik granskning skall bli tydligare. För min metod blir det mer överskådligt att rikta in analysen på specifika ämnen, och likaså att operationalisera syfte och teorier till specifika frågor.

1.7 Disposition av uppsatsen

Efter detta inledande kapitel presenteras tidigare forskning om NGOs och företag samt om ansvarstagande hållbarhetsarbete i produktion. Denna forskning leder vidare in på mitt teoretiska ramverk. Vissa delar av tidigare forskning används även i detta kapitel. Det teoretiska ramverket består av teorier kring makt, ansvar och påverkan vilka kommer fungera som hjälpmedel för att kunna analysera Swedwatches makt och möjlighet att påverka företagen. Utifrån teorierna konstruerar jag fem frågor, som kommer fungera som analysverktyg för mitt insamlade material. Metod för insamling, urval och analys presenteras närmare i kapitel fyra. Där finns även motiveringar till mina metodval och diskussion kring metoderna. Analys och resultat presenteras i kapitel fem, där analysfrågorna besvaras med hjälp av mitt insamlade material och mina teorier. Avslutningsvis finns diskussion och slutsatser, där mina forskningsfrågor besvaras samt diskussion om resultat och analys förs. I detta kapitel finns uppsatsens position i relation till tidigare forskning, samt idéer om vidare forskning.

2. Tidigare forskning

För att positionera min studie i forskningsfältet kommer tidigare forskning stå som grund för att få grepp om NGOs och företags relationer. Framväxten och utformningen av många företags hållbarhetsarbete har anknytning till civilsamhället, både i form av konsumenter och organisationer. Vidare kommer tidigare forskning och de diskussioner som där finns om påverkan, makt och ansvar att fungera som ingång till mitt teoretiska ramverk som presenteras i nästa kapitel.

2.1 Företagens ansvar

Som inspiration till min uppsats står Youngs (2004; 2007) teori om globalt ansvar och strukturell orättvisa, där hon använder arbetsförhållanden i textilbranschen som exempel. Att arbetare i företagens fabriker har låga löner, dålig fackligt stöd, arbetar övertid och dylikt är följder av orättvisa strukturer som framkommit i och med industrialiseringen och globalisering av utvecklingsländer. Dessa strukturer bygger enkelt förklarar på att företag drar nytta av länder med billig arbetskraft på grund av undermåliga arbetsförhållanden, och strukturerna reproduceras av de globala produktionskedjor som finns inom transnationella textilföretag (Young, 2007: 196 - 203; Ruggie, 2007: 7). Att så många aktörer är inblandade i produktionen gör det svårt för företagen att ha översikt och kontroll, samtidigt som det möjliggör för NGOs att granska företagens arbete. Genom att undersöka vissa länkar i produktionskedjan kan NGOs hitta förbättringsområden för textilbranschen (Ruggie, 2007: 7).

Young (2004; 2007) anser att det behövs ansvarstagande för att få aktörer att förändra orättvisa strukturer, inte skuldbeläggande. Hon skapar en ansvarsmodell för alla inblandade aktörer, som bygger på de sociala förbindelser som finns mellan civilsamhället, företag och fabriksarbetare. Young ser att alla inblandade aktörer har olika ansvar för att förändra de strukturer som råder inom textilbranschen, och att de olika graderna av ansvar beror på aktörens makt (2004; 2007: 191 - 221). För att förändra strukturer bör aktörer samarbeta och organisera sig, och på så sätt tar de ansvar (2007: 209 - 214). De aktörer som har störst intresse av att reproducera de orättvisa strukturerna har också störst makt att förändra dem. Stora textilföretag har med sin räckvidd och sitt inflytande stor makt att påverka andra; såväl konsumenter, regeringar som andra företag (Young, 2007: 218 - 221). När aktörer erkänner sin del i strukturen och sitt ansvar är det mycket större sannolikhet att de

själva väljer att arbeta för att förändra sitt beteende, än om de skuldbeläggs eller ges negativa sanktioner (Young, 2007: 195; Ruggie, 2007: 7).

Två viktiga karaktärsdrag för Youngs (2007) ansvarsmodell är dels att den är framåtblickande, och dels att den bygger på att ansvaret delas av alla aktörer inom strukturen. Inom ansvarsmodellen kan aktörer påverka andra att ta sitt ansvar, och detta blir relevant i uppsatsen eftersom många NGOs arbetar för att både kräva och uppmuntra ansvarstagande från företag (ibid.; Åhlström & Sjöström, 2005).

2.2 Hållbarhetsarbete och CSR inom textilbranschen

Att uttrycka ansvar för hållbarhet och produktionsförhållanden är idag något de flesta stora företag gör. Detta uppstod som en reaktion på den ökade uppmärksamheten för företagets produktionsförhållanden i slutet på 1990-talet; och begreppet Corporate Social Responsibility (CSR) uppstod (Borglund et al., 2009; Young 2004: 367). Initialt innebar CSR främst sådant som rörde företagets finansiella göromål och syftade till att minska korruption, extrema löneskillnader och dylikt. Vartefter NGOs blev mer intresserade och granskade av företagets effekter ”längst ner” i produktionen kom begreppet CSR allt mer att handla om de effekter företagets produktion har på miljö och samhälle, samt hur företagen kan jobba för att utveckla eller stötta hållbar utveckling (Borglund et al., 2009: 51 - 54). CSR är inte lagstiftat utan bygger på frivillighet från företagets sida, dock finns många vägledande riktlinjer från exempelvis stora globala aktörer såsom FN, OECD och ILO (Borglund et al., 2009: 54; Ruggie, 2007: 5). Frivilliga branschinitiativ för självreglering inom transnationella företag blir allt vanligare, och ger effekter för lagstiftning som rör mänskliga rättigheter (Ruggie, 2007: 23 - 24; Laudal, 2010: 64). Begreppen CSR och hållbarhetsarbete används i forskning och av företag för att uttrycka samma sak, och i denna uppsats kommer därför båda begreppen användas.

CSR finns i flera olika nivåer inom företag, och relaterar till samhälle, organisationen inom företaget samt individer (Borglund et al., 2009: 86 - 87). Laudal (2010: 64) anser att CSR blir ett sätt för företagen att legitimera sin roll i samhället. Med anledning av den skillnad i politiska och moraliska kontexter som finns i de olika länder som textilföretag är verksamma i måste de hantera många olika moraliska och etiska frågor (Laudal, 2010: 63 - 64; Yaziji & Doh, 2009: 63 - 64).

Laudals forskning visar resultat på att CSR-potentialen i textilbranschen dels beror på branschspecifika egenskaper; låga löner, främst kvinnliga arbetare, verksamhet i utvecklingsländer,

men också typiska karaktärsdrag för hela den globala ekonomin. CSR-potential innebär att verksamheten riskerar att bryta mot mänskliga rättigheter, skada miljön och dylikt, vilket innebär att företagen frivilligt kan välja att uppmärksamma dessa problem och jobba för att åtgärda och förebygga dem (Laudal, 2010: 73).

2.3 Relationen mellan NGOs och företag

Frågor som rör mänskliga rättigheter och hållbarhet engagerar NGOs och de har också blivit en allt viktigare aktör inom dessa frågor. Att NGOs har fått allt större inflytande ser Yaziji och Doh (2009: 147) som en av de viktigaste utvecklingarna inom internationell handel de senaste 20 åren. Att NGOs vuxit sig starkare under den senaste tiden beror delvis på missnöje i civilsamhället för att staten eller andra överordnade aktörer inte hanterar problem på ett önskvärt sätt (Yaziji & Doh, 2009: kap 2). Idag består många NGOs av kompetenta medlemmar med starkt engagemang för särskilda frågor, och de har erfarenhet och kunskap med att jobba inom lobbying och påverkansarbete (Yaziji & Doh, 2009: 123).

Många transnationella företag som är verksamma i utvecklingsområden står ofta inför de risker som granskningar från NGOs kan innebära. NGOs använder sig av indirekt inflytande för att genom vissa "critical players", vilka enligt Yaziji och Doh (2009: kap 4) kan vara konsumenter eller media, påverka företagens anseende i fråga om trovärdighet och legitimitet. Det är också vanligt att NGOs riktar in sig på ett ledande företag inom en bransch, för att på detta sätt försöka förändra hela branschen (Yaziji & Doh, 2009: 94). NGOs ses ofta som mer trovärdiga än företag, enligt Yaziji och Doh (2009: 102 - 104), samt att de agerar utifrån allmänhetens intressen och allmänhetens bästa till skillnad från företag som istället ses arbetas utifrån vinstmaximering. Ählström och Sjöström (2005) har i en studie presenterat olika NGOs och deras tillvägagångssätt i sitt arbete för hållbarhet, där Swedwatch är en av dem. Vissa NGOs samarbetar med företag för att hjälpa dem i deras CSR-arbete och vissa NGOs tar avstånd från sådana samarbeten för att istället fungera granskande. För de NGOs som arbetar granskande är oberoende från företagen av största vikt (Ählström & Sjöström, 2005: 237). Swedwatch samarbetar inte med företag eftersom det skulle påverka deras oberoende ställning och deras granskningar.

Yaziji & Doh (2009) ser en förändring i hur företagen svarar på granskningar, kritik och kampanjer från NGOs. Från att tidigare ha avvisat kritik och motarbetat granskningar från NGOs ser företagen alltmer möjligheterna hos dem. NGOs har ofta hög trovärdighet i media, så om företaget ges bra

kritik är det väldigt förmånligt i det långa loppet (ibid.). För företagen är det nödvändigt att hantera och analysera intressenter utefter deras makt och möjlighet till inflytande, samt att kommunicera sitt hållbarhetsarbete till intressenterna. Om intressenten är väl ansedd och legitim kravställare kan det vara fördelaktigt för företaget att föra en dialog eller samarbeta med en intressent, exempelvis en NGO, för att på bästa sätt kunna ta till sig den kritik som ges (Borglund et al., 2009: 122 - 124).

2.4 Fallstudiens position i forskningsfältet

Uppsatsens position i relation till tidigare forskning är att se företag som aktörer inom strukturer; både deras möjlighet att förändra och deras roll i reproduktion av missförhållanden. Eftersom de fyra svenska företag som studeras alla har förlagt sin produktion till låglöneländer har de, som Laudal (2010) konkretiserar, hög CSR-potential. Uppkomsten av företagens hållbarhetsarbete har skett samtidigt som granskningar från NGOs har ökat, vilket vidare bidrar till ansatsen som uppsatsen vilar på - de två har inverkan på varandra. Fallstudien av Swedwatch och dess relation till svenska textilföretag fungerar som ett exempel på den övergripande samhällsnivån som Borglund et al. (2009: 86- 87) beskriver, men rör sig också på individnivån och organisationsnivån. Eftersom CSR och hållbarhetsarbete är frivilligt från företagen - om än fördelaktigt för deras försäljning och rykte - är det intressant att analysera om Swedwatch kan få företagen att fokusera på vissa specifika frågor. Detta blir en fråga om makt, närmare bestämt påverkansmakt.

3. Teoretiskt ramverk

För att kunna undersöka Swedwatchs påverkan på den svenska textilbranschen handlar min forskning om makt att påverka, både företagens arbete och problem orsakade av de strukturer företagen verkar i. Teorier kring aktörers makt och påverkan på varandra och möjlighet att förändra strukturer är nödvändiga i min analys. Teorierna kommer även användas för att konstruera specifika analysfrågor till mitt material.

3.1 NGOs påverkan på företagens ansvarstagande

Mina teorier tar avstamp i Yaziji och Dohs (2009) forskning och utgår från att NGOs i allt större utsträckning kan påverka företag. Bland företagens intressenter är NGOs en av många. Investerare, kunder och leverantörer har också inflytande på och intresse i hur företagen arbetar (Yaziji & Doh, 2009: 40). Det finns underliggande dynamiker som gör att det som NGOs önskar av företagen inte alltid är samstämmigt med vad exempelvis leverantörer eller konsumenter önskar. Yaziji och Doh (2009: kap 3) påpekar detta i en diskussion om de olika moraliska och etiska grunder som ligger bakom intressenternas ställningstagande, vilket gör att företagets ansvar att leva upp till intressenternas förväntningar är komplext. Borglund et al. (2009: 86 - 87) beskriver tre nivåer inom CSR som är användbara för att se hur företagen relaterar till samhälle och individ. Den *övergripande samhällsnivån* handlar om företagets relation till samhällen det verkar i, och samhällets medborgare. *Organisationsnivån* handlar om det specifika företaget och dess relation till sina intressenter. På *individnivån* behandlas frågor om ledarskap, moralisk kompetens, diskriminering och andra frågor som rör individens moraliska ställningstagande (ibid.).

Yaziji och Doh (2009: 33) använder begreppet sociala kontrakt för att benämna normer och värderingar som delas av NGOs och företag. Hur de sociala kontrakten sedan införlivas beror på etiska och institutionella komplexiteter. Ur en etisk aspekt finns det skillnader i vad företag, NGOs och även staten ser som företagens ansvarsområde. Eftersom transnationella företag är verksamma i och påverkas av många olika aktörer, som nämnt ovan, leder det också till institutionella frågor om vem som kan införliva de sociala kontrakten och värderingarna. De sociala kontrakten kan vara mer eller mindre uttalade överenskommelser som NGOs lutar sig mot för att granska hur väl företagen uppfyller sina värderingar (ibid.).

När påverkansorganisationer såsom Swedwatch arbetar granskande kan de beskrivas som ”vakthundar” (på engelska Watchdogs). Dessa karaktäriseras bland annat av att de arbetar för att få företagen att följa och leva upp till standarder inom branscher, och genom att rikta in sig på vissa företag försöka få resultat i en större struktur (2009: 7 - 9; 94 - 97). Genom att fokusera på hela branscher har NGOs tidigare varit mycket framgångsrika i att genomdriva uppförandekoder, industristandarder och överenskommelser; vilka har klart positiv inverkan på de utvecklingsländer där företagen är verksamma (Yaziji & Doh, 2009: 151- 152). ”Vakthundar” vill genom sitt arbete förändra företagens beteende för att därigenom förändra större strukturer (Yaziji & Doh, 2009: 109). Swedwatches ställningstagande till detta är att de granskar, och vill se förändringar i, hela branscher. Dock sker detta genom att företagen är de som skapar förändringar.

Organisationer klassade som ”vakthundar” kan påverka företag genom strategier för ansvarstagande (Yaziji & Doh, 2009: 149 - 151). Detta innebär att organisationen håller företaget ansvarig för de löften de gett om förbättringar och har noggrann uppsikt på när företaget inte lever upp till dem. NGOs arbete kan innebära att de, förutom att uppmärksamma missförhållanden, även undersöker hur väl företagen implementerar de förändringar som är nödvändiga och vilka faktiska effekter det får. Det kan också innebära att NGOs undersöker hur väl just deras rekommendationer efterföljs (ibid.). För att kunna applicera Yaziji och Dohs teorier på min forskning blir det aktuellt att vidare fråga hur makt och påverkan kan uttryckas i relationen mellan Swedwatch och textilbranschen.

3.2 Maktrelationen mellan två aktörer

Dahl (2002) undersöker makt i relationer mellan två aktörer; A och B. I uppsatsen är dessa två aktörer *Swedwatch* och *den svenska textilbranschen*. Om A på något sätt får B att agera annorlunda än B annars skulle ha agerat har A makt att påverka B. Det kan även vara så att A hindrar B från att göra något som B annars hade gjort (Dahl, 2002: 11). Både A och B kan vara flera individer eller kollektiv, därav kan textilföretagen benämnas som en aktör. Det är främst för studier av beslutsfattande som Dahl ser användning för den här maktmodellen, vilket gör den väl användbar i min studie eftersom jag vill se om Swedwatch påverkar företagets beslut som ligger till grund för hållbarhetsarbetet. Vidare utvecklar Dahl teorin till att även ifrågasätta bakomliggande orsaker till de olika positionerna, exempelvis frågor som: Vad karaktäriserar dessa två? Kan det vara så att A har makt i vissa aspekter men inte i andra - är A ibland B? Dock påpekar Dahl att detta är mycket svårt att undersöka på en synlig nivå (Dahl, 2002: 11 - 15). Den makt som A har över B kan utövas på olika sätt, och för att klassificera detta beskriver Dahl (2002: 19) fyra olika strategier.

1. *Legitimitet*: till vilken grad känner sig B normativt tvungen att ändra sig enligt As vilja?
2. *Sanktioner*: använder A belöningar eller straff för att visa sin makt?
3. *Storleken på sanktionerna*: detta spänner från inga sanktioner alls till tvång.
4. *Karaktär på påverkan*: om A kontrollerar B genom viss information som A vet kan förändra Bs beteende, eller om A rent faktiskt förändrar Bs situation.

Dessa fyra kategorier kommer vara användbara i studien av mitt insamlade material, och framförallt frågan om legitimitet och karaktär. Eftersom Swedwatch inte använder sig av direkta sanktioner i sitt arbete är de frågorna inte lika användbara. I min studie ses Swedwatch som A, och det blir då aktuellt att studera på vilket sätt B (företagen) förändrar sitt agerande. Dahls teori undersöker främst den synliga makten utifrån aktörers handlande, även när denna kan bero på underliggande och indirekta orsaker eller indirekt makt. För att kunna förstå den kontext vari företagen verkar behövs även teorier som behandlar strukturer och handlingsmöjligheten inom dessa.

3.3 NGOs och företag som aktörer i strukturer

För att kunna ta ett mer omfattande grepp om maktrelationer baserat på globala och branschspecifika strukturer är Giddens (2002) maktteori användbar. Även Youngs ansvarsmodell (2004, 2007: 191 - 221), som delvis presenteras under tidigare forskning, är passande i denna del av mitt teoretiska ramverk då den handlar om att påverka strukturer.

Giddens ser till samhällets olika strukturer och de aktörer som är aktiva i strukturerna. Hans teori om makt förklaras genom hans teori om strukturering: det är aktörerna som skapar strukturerna, men aktörerna är också begränsade att agera inom dessa strukturer (2002: 151 - 153). Eftersom aktörernas handlingar sker i enlighet med strukturerna reproduceras dessa, men det går att genom sina handlingar förändra strukturerna (ibid.). De svenska textilföretag som undersöks i min studie verkar alla inom globala strukturer som möjliggör billig produktion av kläder.

Både Young (2007: 191 - 221) och Giddens (2002: 153 - 155) beskriver makt som aktörernas möjlighet att handla annorlunda och kunna skapa skillnad i strukturer - och i förlängningen i världen. Hur aktörer använder denna makt i sitt handlande beror på vilken kapacitet den har att göra skillnad i existerande strukturer. De aktörer som har störst intresse av att reproducera de orättvisa strukturerna har också störst makt att förändra dem (Young, 2007: 195). En aktör kan också influera

andra till att använda sin makt, eller samarbeta med andra för att öka möjligheten att kunna förändra strukturer (Giddens, 2002: 153 - 155; Young, 2007: 209 - 221).

För att kunna använda sin makt och utöva den behövs resurser, makt i sig är inte en resurs (2002: 152). I de strukturer för dominans där makten finns verkar olika resurser antingen fördelande eller auktoriserande. De auktoriserande resurserna kan vara tillgång till information eller möjlighet att organisera sig inom sociala system (ibid.). Även Young ger vikt vid organisering för att ta ansvar för att förändra strukturer (2004: 374 - 380). De auktoriserande resurserna är viktiga för aktörens makt, eftersom de avgör i vilken utsträckning aktören väljer att handla för förändring (Giddens, 2002: 160 - 163).

3.4 Operationalisering av teorier

Utifrån dessa tre teorier om påverkan och makt har jag konstruerat frågor till mitt insamlade material. Dessa används för att bryta ner uppsatsens syfte och kombinera det med mina valda teorier. Uppsatsen undersöker också maktrelationen mellan Swedwatch och svenska textilföretag, och det är därför även av intresse att undersöka företagets syn på Swedwatch. För att kunna se mitt fall som en del av ett större sammanhang används frågor om vilka dessa strukturer företagen verkar i. Jag är medveten att det finns flera olika sätt att operationalisera mina teorier (Essaiasson et al., 2012: 55 - 56), och jag har därför tagit klar förankring i mitt syfte och problemformulering för att säkerställa att jag undersöker det jag ska göra. Eftersom jag har tagit fem frågor skapas mer bredd i analysen och bättre användning för teorierna.

Då Yaziji och Doh diskuterar tillvägagångssätt och metod för NGOs, och specifikt för så kallade ”vakthundar” tar jag hjälp av deras teori i frågan: *På vilket sätt agerar Swedwatch för att ställa företagen ansvariga för förändring av missförhållanden?* Vidare vill jag undersöka hur påverkan från Swedwatch kan synas i skrift: *Finns det tecken på att Swedwatch påverkat vilka ämnen inom social hållbarhet som företagen arbetar med?* Eftersom Swedwatches agerande och roll för företagen även beror på hur företagen ser på Swedwatch, kommer Dahls diskussion om den legitimitet som B ger A när den möjliggör för A att influera. Därför frågar jag: *Vilken legitimitet ger företagen Swedwatch?* För att Swedwatch ska kunna sätta press på företagen måste de både legitimera sin ställning och behöver enligt Giddens använda sig av resurser för att utöva sin makt: *Vilka resurser använder Swedwatch för att stärka sin makt?* Young och Giddens anser att genom att förändra en

aktör kan större strukturer följa samma utveckling, vilket leder till frågan: *Hur uttrycks företagens ansvar, förändringsmöjlighet och makt inom strukturer?*

Dessa fem frågor besvaras med hjälp av material både från Swedwatch och företagen, då de handlar om båda aktörerna. Jag kommer i nästa kapitel diskutera mina val av metoder för insamling, urval och analys. Jag kommer att presentera analysfrågorna igen i nästa kapitel, och där förklara tydligare hur de ska analyseras och vilka svar de är tänkta att ge.

4. Metod och material

I detta kapitel presenteras metoder för insamling, urval och analys. Jag kommer även presentera mitt analytiska verktyg, som bygger på de frågor som presenteras i föregående kapitel. Kapitlet avslutas med en diskussion om metoden.

4.1 Metod för insamling av material

För att söka empiriskt material har jag textinsamling som metod. De texter som använts är från Swedwatch, H&M, Lindex, KappAhl och Gina Tricot, och utgör primärmaterial för uppsatsen. Jag hämtade texterna från de respektive aktörernas hemsidor. Alla de undersökta företagen hade egna avdelningar på hemsidan gällande CSR och hållbarhetsarbete, några företag (exempelvis KappAhl och H&M) använde även ”vårt ansvar” som beskrivning.

Jag har kompletterat texterna med en informantintervju med Swedwatch och en med KappAhl, samt kortare frågeundersökningar med företagen. Intervjuer kan användas som komplement till annan forskning, och när forskningen vill veta aktörers uppfattning om en situation (Essaiasson et al., 2012: 281 - 284). Intervjuguiden konstruerades kring olika teman; *relationen mellan företaget och Swedwatch, påverkan på varandra, påverkan från övriga samhället* samt *deras roll i hållbarhetsarbete*. För fullständig intervjuguide, se bilaga 1. Intervjun med Julia Hale på Swedwatch gjordes på organisationens kontor i Stockholm. Intervjun med Eva Kindgren på KappAhl gjordes på företagets huvudkontor i Mölndal. I båda fallen skickade jag intervjufrågorna i förväg via mail, så att mina informanter skulle vara förberedda. Jag konstruerade även en minskad intervjuguide för företagen (se bilaga 2), med frågor som kunde besvaras via mail. Gina Tricot och Lindex svarade på dessa.

4.1.1 Urval

Mitt material har samlats in genom strategiskt urval. De företag som undersöks ses i uppsatsen representera den svenska textilbranchen, som en homogen grupp trots att företagen storleksmässigt skiljer sig åt. Det går att dra slutsatser utifrån denna population, då jag som forskare inte tror att fler företag skulle förändra resultatet av min analys (Essaiasson et al., 2012: 164 -165). Inom populationen finns många tänkbara utgångar; både när företagen har förändrat och blivit påverkade av Swedwatch, men också när företagen hade kunnat förändrat sitt arbete men valde att inte göra det (Essaiasson et al., 2012: 156-9). De specifika fall (analysenheter) som används i undersökningen

är företagens rapporter. Uppsatsens resultat kommer att vara en teoretisk generalisering, då jag kan generalisera resultaten till de teori om makt och påverkan som används (ibid.).

4.1.1.1 Rapporter

De texter jag har valt från Swedwatch är rapporten *"A lost revolution?"* från 2012 samt uppföljningsrapporten *"Starkt fokus på kvinnors rättigheter"* från 2013. Dessa två rapporter valdes för att de är det enda tillfälle där Swedwatches granskning av den svenska textilbranschen följts av en uppföljningsrapport. Jag har även valt de fyra företagens rapporter från 2013 för att få en bild av vad deras hållbarhetsarbete innefattat *efter* det att Swedwatches rapport skrevs. Jag valde att studera företagens rapporter utgivna för verksamhetsåret 2013 för att företagens planerade hållbarhetsarbete för 2012 inte kan beakta sådant som uppdagas under årets gång, utan istället planerar åtgärder för nästkommande år. Därför är det tidigast 2013, om möjligt, som företagen kan ha blivit influerade av Swedwatch.

För att få en bild av företagens arbete innan Swedwatches granskning valde jag att läsa rapporter från året 2009. Valet av år gjordes för att majoriteten av de undersökta företagen hade tillgängliga hållbarhetsrapporter från just 2009. Jag ser det som bättre för uppsatsens syfte att alla rapporterna är från samma år. Då jag vill undersöka påverkan på textilbranschen i stort, som i denna fallstudie representeras av fyra företag, är det till fördel med så få kontextuella skillnader som möjligt. Från år 2009 till år 2013 kan det vara många faktorer som spelar in på företagens hållbarhetsarbete, globala trender i CSR och dylikt, dock är min uppfattning att uppsatsens syfte inte missgynnas av att det gått fyra år mellan de jämförda rapporterna. Undantag är Gina Tricot som gjorde sin första hållbarhetsredovisning för år 2012.

4.1.1.2 Intervjupersoner

Den person som intervjuades från Swedwatch valdes genom ett slumpmässigt urval då jag skickade en förfrågan till deras info-mail, och den person som svarade var den som hade möjlighet.

Swedwatch är en liten organisation där medarbetarna har olika uppgifter men inom liknande fält (se punkt 1.4.1 för beskrivning). De försöker ge en så balanserad bild som möjligt av de företag de granskar. Jag intervjuade Julia Hale som är researcher samt ekonomiadministratör på Swedwatch. Jag fick kontakt med Eva Kindgren på KappAhl genom att ringa till företagets kundservice och be om att få kontakt med någon på hållbarhetsavdelningen. Dock hade Eva inte möjlighet att medverka i intervju förrän i uppsatsens slutskede, vilket faktiskt blev till min fördel. Eftersom jag då redan

börjat gå igenom mitt material kunde jag anpassa intervjun till frågor som bättre kompletterade rapporterna.

Det har varit svårt att få någon från de övriga företagen att ställa upp på intervju. H&M, Lindex och Gina Tricot har meddelat att de får många förfrågningar från studenter om sitt CSR-arbete och inte kan hjälpa alla. Jag har ringt och mailat samtliga företag flertalet gånger, samt genom mitt privata kontaktnät försökt få intervjuer. Från H&M fick jag besked att de inte kan ställa upp. Genom mailkontakt med CSR- och hållbarhetsansvariga fick jag kontakt med Ingrid Porss på Lindex samt Anna-Karin Wårfors på Gina Tricot.

4.2 Metod för analys

Uppsatsen är en teorikonsumerande fallstudie med olika makt- och ansvarsteorier som utgångspunkt. Teorikonsumerande studier har fallet i centrum och olika teoretiska grepp prövas för att undersöka och förklara varför ett givet fall får en viss utgång (Essaiasson et al., 2012: 37 - 41). Meningen är inte att hitta en teori som ger ”rätt” förklaring utan istället att olika teorier kan förklara utgången av ett fall på olika sätt. Fallet i min uppsats är Swedwatch, och utgången jag analyserar är hur deras granskningar påverkar företagens arbete för social hållbarhet.

När jag konstruerat mitt analysverktyg har jag tagit inspiration från innehållsanalys, då det kan vara användbart för att studera samhällsfenomen såsom makt och påverkan (Bergström & Boréus, 2005: 83 - 84). Den kvantitativa aspekten jag tar med mig från innehållsanalysen är att se i hur stor utsträckning de undersökta företagen svarar likadant på mina frågor, och därifrån kan jag hitta någorlunda generella ståndpunkter för svenska textilföretag. För att analysera påvekan och maktrelationen mellan Swedwatch och de valda företagen har jag studerat materialet i relation till de teorier som presenterats. Ur varje teori har jag hämtat frågor om makt, påverkan och strukturer som jag ställt till materialet. Frågorna är baserade på det som presenteras i Swedwatchs rapport för att se om de teman återspeglas i företagens rapporter. För att kunna göra detta jämförbart har jag studerat företagens hållbarhetsrapportering före och efter det att Swedwatchs granskning gjorts. I analysen har jag läst igenom mitt insamlade material flera gånger, både överskådligt och mer noggrant, vilket är grundläggande för kvalitativ textanalys (Essaiasson et. al., 2012: 210). Eftersom jag inte kan ta del av aktörernas direkta kontakt med varandra får jag istället ta information från texten för att se hur min analys kan besvara frågorna (ibid.).

4.2.1 Analysverktyg

Dessa frågor presenteras i relation till mina valda teorier i kapitel 3. Här tydliggörs på vilket sätt frågorna kommer användas i analysen och vilka svar frågorna ämnar söka. Sammantaget kommer dessa fem frågor att svara på mina två forskningsfrågor; *Vilka maktrelationer kan märkas mellan Swedwatch och svenska textilföretag?* samt *Hur påverkar Swedwatch företagens sociala hållbarhetsarbete?*

1. På vilket sätt agerar Swedwatch för att ställa företagen ansvariga för förändring av missförhållanden?

Denna fråga handlar om Swedwatches metoder och tar hjälp av både textmaterial och intervju. Frågan kommer besvaras genom att i Swedwatches rapporter se hur de försöker nå fram till företagen, och hur de i uppföljningen pratar om företagens responser. Denna fråga kommer ta stöd av Yaziji och Doh (2009) samt Borglund et al. (2009) för att analysera hållbarhetsarbete i relation till ansvar och de tre nivåerna inom samhälle, organisation och individ.

2. Finns det tecken på att Swedwatch påverkat vilka ämnen inom social hållbarhet som företagen arbetar med?

Jag använder mig av Dahls (2002: 11 - 15) teori för påverkan här, och anser att Swedwatch kan påverka företagens arbete om företagen skriver om vissa ämnen som de annars inte skulle skriva om. Med förändringar menar jag att företagen 2009 pratar om ett ämne på ett visst sätt, eller inte alls, och att de 2013 pratar om ämnet annorlunda i en riktning som antyder att de tagit inspiration från Swedwatches granskning. I denna fråga utgår jag således från att det som företagen skriver i sina rapporter är ett uttryck för deras faktiska arbete. Jag kompletterar rapporterna med mitt intervjumaterial för att få stöd i analysen.

3. Vilken legitimitet ger företagen Swedwatch?

Även denna analysfråga tar stöd av Dahl (2002: 19). För att B ska påverkas av A måste B se viss legitimitet hos A; alltså företagen måste se att Swedwatch har mandat att granska och rekommendera om företagens hållbarhetsarbete för att de ska lyssna på dem. Här kommer främst frågeundersökningarna och intervjuerna vara behjälpliga.

4. Vilka resurser använder Swedwatch för att stärka sin makt?

Denna fråga behandlar hur Swedwatch befäster sin roll som påverkansorgan. Det kommer främst handla om de auktoritära resurser som Giddens (2002: 160 - 163) beskriver, såsom information eller möjlighet till organisering. Frågan kommer besvaras med hjälp av textmaterialet och intervjun för att analysera vilka resurser Swedwatch använder, och hur.

5. Hur uttrycks företagens ansvar, förändringsmöjlighet och makt inom strukturer?

Den här frågan kommer rikta sig till företagens beskrivning av sin roll i de globala produktionskedjor de verkar inom. Young (2007: 191 - 221) och Giddens (2002: 153 - 155) anser att aktörers möjlighet att förändra strukturer beror på hur stor makt de har och hur de kan påverka andra aktörer. Swedwatch vill med sina granskningar påverka företag för att genom dem minska antalet orättvisor och missförhållanden i produktionen. Företagens möjlighet att i sin tur påverka de strukturer som leder till dessa förhållanden är därför av intresse för Swedwatch, och för uppsatsens syfte.

4.2.2 Diskussion och resonemang kring metoden

Genom att jag har använt tidigare forskning för att hitta teorier som är användbara är mitt analysverktyg förankrat i mitt forskningsfält och för mitt syfte, vilket ger validitet för uppsatsen. Jag har även konstruerat mitt analysverktyg för att på så sätt hitta frågor som ska kunna ge svar för just min forskning och mitt fall. Jag utgår i min forskning från att företagens hållbarhetsarbete kan representeras av deras hållbarhetsrapporter. I dessa rapporter kan det bli problematiskt att hitta direkta skrivningar om just makt och påverkan från en annan aktör. Därför har jag konstruerat analysfrågorna så att de angriper detta från flera håll. För att säkerställa att jag analyserar materialet korrekt ska jag läsa igenom rapporterna flera gånger. Detta för att minska risken att jag missar något i materialet på grund av slarvfel. Jag kommer också vara noggrann i att varje fråga analyseras för sig, så att jag verkligen svarar på den analysfråga som är aktuell.

5. Resultat och analys

Här kommer jag presentera mitt empiriska material och analysera detta med hjälp av mitt analysverktyg samt de teorier om makt, påverkan och ansvar som presenteras i kapitel 3. Inom varje analysfråga finns en kort slutsats för just den aktuella frågan med de teorier som är behjälpliga för varje fråga. Sammanfattande slutsatser och svar på mina övergripande forskningsfrågor kommer presenteras i kapitel 6. Vissa av texterna är på engelska och kommer att citeras i originalspråk, detta för att vara transparent och för att det finns en risk att jag som forskare lägger in tolkningar och gör vissa ordval som kan påverka innebörden av citaten.

5.1 På vilket sätt agerar Swedwatch för att ställa företagen ansvariga för förändring av missförhållanden?

Enligt Yaziji och Doh (2009: 149 - 151) kan NGOs påverka företag genom att hålla dem ansvariga för förändring. Julia Hale berättar i vår intervju (personlig kommunikation, 23 april 2015) att Swedwatch ser att företag reagerar olika på kritik beroende på hur mogen branschen är. De svenska företagen inom textilbranschen har jobbat länge med frågor om social hållbarhet och därför är det lättare att ha en bra dialog med dem. Detta tror Julia Hale beror på att Swedwatch ger rekommendationer till företagen som inte är bindande.

Normativa och frivilliga funktioner

Både i textmaterialet och genom intervjun med Julia Hale på Swedwatch ser jag att organisationen använder normativa funktioner för att få företagen att självmant ta ansvar. Frivilligt arbete från företagen är ofta mer effektivt, vilket påpekats i min tidigare forskning (Borglund et al., 2009; Laudal, 2010: 64). Lagkrav kan dock vara bra och behövas för att ge tydliga signaler, enligt Julia Hale (personlig kommunikation, 23 april 2015), men risken finns att det blir ett miniminivå för företagen och att de inte är benägna att göra mer än vad lagen kräver. Swedwatch tror att andra vägar är bättre för social hållbarhet än att lagstadga. *”Där hjälper det här normativa vilket handlar mer om att de förstår att det finns ett värde i att agera ansvarsfullt och lyssna på organisationer som Swedwatch”* (Julia Hale, personlig kommunikation, 23 april 2015). Att NGOs har en kraft i att influera företag normativt påpekar även forskarna Yaziji och Doh (2009: 33). Deras begrepp *sociala*

kontrakt ser jag stämmer in på hur Swedwatchs rekommendationer fungerar, och hur de ställer företagen ansvariga. Ett tydligt exempel är att Swedwatch tar kraft av Global Compact i sin rapport, som är ett frivilligt och normskapande ramverk för företag (Ruggie, 2007). Enligt Global Compact bör företagen ha kunskap om hur situationen för mänskliga rättigheter ser ut i deras produktionsländer, samt hur deras verksamhet kan bidra till brott mot mänskliga rättigheter (Swedwatch, 2012: 32). De fyra företagen som undersöks i denna studie har alla valt att följa Global Compacts riktlinjer. Genom att luta sig mot Global Compact håller Swedwatch företagen ansvariga för vad de frivilligt anslutit sig till, och gör detta genom att de än en gång förklarar företagens åtaganden. Enligt deras granskning är det så att företagen bryter mot mänskliga rättigheter i och med de arbetsförhållanden som arbetarna lever i, och främst på grund av den låga lönen (Swedwatch, 2012: 10, 66). Detta stämmer in på hur Yaziji och Doh (2009: 9, 18) förklarar att så kallade vakthundar arbetar; att ”vakta” företagens arbete och uppmärksamma när det leder till brott mot mänskliga rättigheter. Företagen uttrycker att de känner till problemen och agerar på de sätt de kan, och Swedwatch ställer här företagen ansvariga för att uppfylla detta.

Individnivå och moral

I textilfabrikerna arbetar till största del kvinnor, i Bangladesh står de kvinnliga arbetarna för 80 %. Kvinnorna är stolta över att arbeta på fabrikerna, de har jobb och de kan till viss del försörja sig och sina familjer. ”*We are in making of a revolution and the Bangladesh garment workers have been a part of that. [...] This has transformed the mindset and young women about their future*” (Swedwatch, 2012: 23) berättar forskaren Naila Kabeer Kabeer som gjort flera studier på textilarbetares utveckling. Med detta sägs att textilindustrin är bra och har bidragit till mycket för Bangladeshs utveckling. Men det finns ändå problem som bör och kan lösas, exempelvis lönefrågor och kvinnors utsatthet. Att lösa sådana samhällsliga problem är möjligt, eftersom det skett tidigare genom textilföretagens investeringar i Bangladesh. Ett sätt att stärka kvinnornas position och utveckling är att företagen hjälper till att utbilda dem om deras mänskliga rättigheter (Swedwatch, 2012: 25).

Swedwatch vänder sig med detta till företagens moral; de kvinnor som arbetar i deras fabriker är faktiskt grunden i deras produktion och framgång, och de bör prioriteras (Swedwatch, 2012: 10 - 11). Detta är vad som menas med den individuella nivån av CSR-arbete, som Borglund et al. (2009: kap 6) tar upp, och då handlar det ofta om just effekter för individer på moralisk nivå. Flera av företagen uttrycker också liknande moraliska ställningstaganden, exempelvis Gina Tricot som säger

sig stå på "de godas sida" (2013: 5) och KappAhl beskriver att företagets hållbarhetsarbete ska grundas i "kloka val" och "rätt saker" (2010: 2). Julia Hale berättar att Swedwatch vill lyfta arbetarnas perspektiv mot företagen, så att arbetarna ses som individer; "där kan man prata om en maktobalans". Eva Kindgren på KappAhl (personlig kommunikation, 22 maj 2015) pratar om just individuellt ställningstagande som en del av företagets strategi: "vi säger att KappAhl är ett kvinnligt företag" och berättar att de därför tagit möjligheten att hjälpa kvinnor och startat ett träningscenter i Bangladesh. Eva berättar att under den tid som hon bodde i Bangladesh för företagets räkning kände hon starkt för kvinnorna och att hon ville hjälpa till direkt där hon kunde. Just denna koppling som Eva Kindberg har till Bangladesh bidrar till att KappAhls hållbarhetsarbete förankras i något som för en individ är moraliskt rätt. Detta framkom inte lika tydligt i företagets rapport. Jag ser detta som ett uttryck för CSR på organisationsnivån (Borglund et al., 2009: kap 6), där företaget framhåller sitt arbete ur ett organisationsperspektiv utan att ta upp individers aspekter. Swedwatch har i sina rapporter en mer individbaserad nivå och företräder arbetarna, eller "rättighetshavarna" som organisationerna kallar dem (Julia Hale, personlig kommunikation, 23 april 2015). Dock är detta något som, enligt Yaziji och Doh karaktäriserar NGOs; att de företräder människor i utsatta positioner samt talar till "the hearts and minds of the public at large" (2009: 100).

Den kritiska vännen

Genom sina granskningar talar Swedwatch om för företagen hur situationen för arbetarna ser ut, och de uppmärksammar vad som har gjorts av företagen och vad som behöver göras i framtiden. I avslutningen av "A lost revolution?" (2012: 64) skriver Swedwatch "nothing else can be accepted other than an immediate mobilization among buying brands for a fair national wage structure that ensues living wages". På uppföljningsmötet året efter det att granskningen gjordes har Swedwatch (2013: 19) dock till stor del samma kritik gällande löner och vikten av att agera direkt, vilket visar att de fortsätter att ställa krav på företagen. Företagen själva anser att den information som granskningen bidragit med var behjälplig för att fylla kunskapsluckor, främst om genusrelaterade frågor (Swedwatch, 2012: 56). Eva Kindgren (personlig kommunikation, 22 maj 2015) berättar också om att KappAhl har stor användning av den information och de rekommendationer som ges.

[...] Swedwatch kanske är de som jag upplever har mest förstått att deras roll, som jag tycker då, är både att vara den som ger oss pekfingret men också samarbetar. [...] Jag upplever att Swedwatch var de första som insåg att visst, vi ska va rättesnöret eller komma med rapporter och visa

förhållandena men samtidigt att vi vill samarbeta. [...] Det känns inte som att de alltid är ute efter att "nu ska vi hänga textilbranschen", utan att mer "nu ska vi lyfta upp de här frågorna så ska vi se vad vi kan göra tillsammans". Så att jag är väldigt positiv till Swedwatch. (Eva Kindgren, personlig kommunikation, 22 maj 2015)

Julia Hale (personlig kommunikation, 23 april 2015) har en liknande beskrivning av hur Swedwatch hanterar företagen; *"Vi vill vara den kritiska vännen"*. För att kunna nå fram till företagen behöver de ha en *"dialogisk relation"* med tydlig men konstruktiv kritik för att kunna skapa förbättring (ibid.). Swedwatch påpekar även *hur* företagen kan gå till väga i sitt hållbarhetsarbete för att nå bäst resultat i specifika frågor. Vissa åtgärder bör företagen driva igenom i hela branschen, ex löner, och vissa kräver mer direkt åtgärder med direkta resultat, såsom förbättrad transport och tillgång till mensskydd för arbetarna (Swedwatch, 2012: 10 - 12). I uppföljningen (2013: 14) uppmärksammar Swedwatch även företagen för vad de gjort under året, exempelvis att H&Ms VD Karl-Johan Persson haft enskilt möte med Bangladeshs premiärminister för att visa att de menar allvar med sitt arbete för höjda löner. Detta stämmer in i bilden som Julia Hale och Eva Kindgren beskriver; Swedwatch är företagens "vän" som både stöttar, uppmuntrar och kritiserar. Att "vakhundar" håller koll på företagens arbete, som Yaziji och Doh (2009: 9, 94, 109) beskriver innebär inte så mycket att de uppmärksammar när företagen gjort bra ifrån sig. Detta beskriver Julia Hale (personlig kommunikation, 23 april 2015) bättre:

Vi brukar säga att vi har tre funktioner. Att agera som vakhund, vilket då betyder att vi liksom tittar på svenska företagen och vad de gör och att vi granskar dem. Och sen att vi är visselpipa så att när vi ser att det.. negativ påverkan på mänskliga rättigheter att vi blåser i visselpipan och liksom uppmärksammar det. Och sen lykta, brukar vi också säga, som är en funktion som handlar mer om att visa goda exempel och hur kan man jobba proaktivt med de här frågorna och försöka liksom hindra att nåt sånt händer. Så att det är lite tre roller. (Julia Hale, personlig kommunikation, 23 april 2015)

Att ha bra dialog med företagen bygger också på bra relationer. Swedwatchs primära målgrupp är företagen, berättar Julia Hale (personlig kommunikation, 23 april 2015), inte företagens konsumenter. Därför jobbar Swedwatch inte med kampanjer, deras fokus ligger på de granskningar de gör. Dock kan deras medlemsorganisationer göra kampanjer som kan baseras på granskningarna. Exempelvis gjordes efter *"A lost revolution?"* en namninsamling för ökade minimilöner (ibid.).

Slutsats analysfråga 1

Sammantaget använder Swedwatch olika sätt för att utkräva ansvar från företagen; de utgår ifrån normer och sociala kontrakt för att peka på vad företagen självmant bör och kan göra. När företagen bryter mot de sociala kontrakten, kommer Swedwatch med rekommendationer för hur detta ska åtgärdas. Swedwatch använder också den individuella nivån för att peka på moraliska ställningstaganden som företagen bör göra. Att företagen ser till moraliskt rätt är visserligen också ett uttryck för normer, men jag klassar det ändå som skilda tillvägagångssätt eftersom normerna rör sig på en större samhällslig nivå och moralen finns i den lägre individuella nivån. Borglund et al. (2009: kap 6) pratar just om dessa olika nivåer av hållbarhetsarbete. Swedwatch är nog med att inte skuldbelägga företagen utan istället visa förståelse för textilbranschens utmaningar, och därigenom ha en bra dialog för att kunna nå fram med sina granskningar och rekommendationer.

I denna analysdel ser jag det som lite problematiskt att analysera Swedwatches ansvarsutkrävande utan att komma in på frågan om legitimitet (analysfråga 3), vilken handlar om företagets vilja att följa Swedwatches rekommendationer. Den främsta skillnaden är att analysfråga 1 handlar om Swedwatches tillvägagångssätt, medan analysfråga 3 handlar om företagets syn på Swedwatch. Jag ser dock inte att detta gör analysen av ansvarsutkrävande svagare, och jag tycker att det behöver vara en separat fråga eftersom den utgår från Swedwatches perspektiv. För att hålla min analys inom ansvarsutkrävande från Swedwatch har jag tagit stöd i Yaziji och Doh (2009) samt Borglund et al. (2009).

5.2 Finns det tecken på att Swedwatch påverkat vilka ämnen inom social hållbarhet som företagen arbetar med?

Rapporten "*A lost revolution?*" redovisar granskningen av missförhållanden vid textilfabriker i Bangladesh. Julia Hale (personlig kommunikation, 23 april 2015) berättar att Swedwatch aldrig granskar enskilda företag, utan istället flera företag inom en specifik bransch eller med gemensamma utmaningar. Rapporten resulterade i tre huvudsakliga rekommendationer till företag med produktion i Bangladesh (Swedwatch, 2012: 12):

1. Lönerna måste höjas från minimilöner till levnadslöner. Företagen måste utöva påtryckningar på Bangladeshs regering, och ge tydliga signaler att de har långsiktiga planer och därför är värda att lyssna på.
2. Vikten av att säkerställa facklig organisation för arbetarna, och framför allt arbeta för att fackliga representater inte ska hotas.
3. Integrera genusperspektiv i allt hållbarhetsarbete, eftersom konsekvenser av låga löner främst drabbar kvinnor. Detta måste också innefatta genusperspektiv i företagets arbete utanför fabriker.

För att försöka utröna om direkt påverkan skett, i enlighet med Dahls teori, har jag i företagens rapporter letat efter dessa tre ämnen. Då granskningen gjordes för att visa missförhållanden i just Bangladesh kommer jag även se om företagen fokuserar mer på landets specifika utmaningar. Genom att använda rapporterna från 2009 som ”före” och de från 2013 som ”efter” vill jag se om Swedwatch har påverkat företagen så att de har arbetat med *levnadslöner, facklig organisering och genusperspektiv* på ett sätt som de annars inte skulle ha gjort. Dahl (2002) beskriver maktrelationen mellan två aktörer på följande vis: A (Swedwatch) har makt över B (företagen) om A kan få B att göra något som B annars inte hade gjort. A påverkar alltså Bs agerande genom sin makt (ibid.).

1. Levnadslöner:

I sina rapporter tar alla företagen upp frågan om löner, och att lönen för många av deras arbetare inte räcker till för att täcka de dagliga behoven. För att hantera problemet med löner beskriver H&M (2013: 33) att de har ett holistiskt angreppssätt som involverar alla aktörer: regering, arbetare, fabriksägare, och H&M självt. De kan på så sätt ta frågan till nästa nivå inom textilindustrin (ibid.). I september 2012 träffade H&Ms VD Karl-Johan Persson Bangladeshs premiärminister för ett enskilt möte, och framförde då krav på högre löner (Swedwatch, 2013: 14). Redan 2009 var lönefrågan stor för H&M, och de ser sin roll och möjlighet att förändra genom att ta ställning för högre löner. *”We have in fact offered to pay higher prices to cover up for additional costs if suppliers in Bangladesh raise the wages. But they refuse for competitive reasons as their cost level would rise and they may lose business from other buyers”* skriver Ingrid Schulström, CSR Manager på H&M (2009: 74). Därför är det regeringen istället för leverantörerna de måste försöka påverka, och det går bäst tillsammans med andra företag (H&M, 2013: 33). Detta kan i min forskning inte ses om att Swedwatch påverkat H&Ms agerande, eftersom det är något som företaget jobbat med redan innan granskningen.

Alla de fyra företagen uttrycker behovet av samarbete mellan företag och med andra aktörer såsom regeringar i produktionsländerna. Redan 2010 skrev H&M, Lindex och KappAhl tillsammans med andra företag ett brev till Bangladesh premiärminister med krav på höjda löner för textilarbetare (Swedwatch, 2012: appendix 4). Under 2013 var Gina Tricot ett av företagen som aktivt deltog för att höja minimilöner för textilarbetare i Bangladesh (Swedwatch, 2013: 4). Gina Tricot beskriver i sin hållbarhetsrapport att de förutsätter att regeringen säkrar sina medborgares välmående genom rättvisa löner, men ”om så inte tycks vara fallet vill vi driva dess frågor genom påverkan med hjälp av den svenska regeringen och dess utrikes- och handelspolitik” (2013: 18). Lindex skriver i sin rapport från 2009 (s. 21) att ”den lön som betalas ut ska täcka grundläggande behov och vara en så kallad levnadslön”. Och även i 2013 års rapport säger de att arbetarnas löner är viktigt, och en av deras risker i produktionen, dock beskrivs inte vidare hur de ska arbeta med det.

Just frågan om minimilöner, och i vissa fall levnadslöner, är något som företagen jobbat med redan innan Swedwatches granskning. I uppföljningen står det klart att företagen ”ser inte begreppet levnadslön som användbart” (Swedwatch, 2013: 19). Här har alltså ingen direkt påverkan skett, varken från Swedwatch eller annan aktör. Frågan om levnadslöner *istället för* minimilöner kvarstår. Dock uttrycker företagen de komplexa problem som lönefrågan är på grund av Bangladesh nationella strukturer, och att de gemensamt måste försöka påverka dessa.

2. Facklig organisering

Lindex tar upp frågan och berättar om problem som kan uppstå då arbetare vill engagera sig fackligt: ”Lindex is responsible for making demands on the supplier to ensure that this right is not violated” (2013: 13). Lindex skriver att det finns fungerande arbetarkommittéer på många av de fabriker de använder, men att det dock inte täcker behovet av fackorganisationer (ibid.). För att säkerställa rätten till facklig organisering tränas H&Ms arbetare och chefer om rättigheter, och H&M jobbar för att det inte ska uppstå problem när arbetare vill organisera sig fackligt (2013: 36-7). Flera av företagen uttrycker vikten av utbildning om mänskliga rättigheter, och främst att utbilda arbetare i deras rättigheter till facklig organisering. Detta kan enligt Giddens (2002: 160 - 161) stärka arbetarnas egenmakt eftersom de får ökade möjligheter att organisera sig, och därigenom få ökad påverkan på strukturerna.

Dock är det ingen av företagen som uttrycker problemet som Swedwatch gör. Problemet är inte att arbetare inte har möjligheter till facklig organisering, utan problemet är att de som väl gör detta hotas, trakasseras och tystas ned. Swedwatch tar alltså problemet ett steg längre, vilket inget av företagen gör på ett tillräckligt synligt sätt för att det i min mening kan tolkas som direkt påverkan.

3. Genusperspektiv

”En av Swedwatches rekommendationer var att införa ett genusperspektiv i CSR-strategierna. Det är tydligt att detta varit centralt i företagets CSR-arbete det senaste året” (Swedwatch, 2013: 16).

Gina Tricot (2013: 18) berättar att jämställdhet är viktigt och kvinnor ges extra fokus i ett av hållbarhetsrapportens avsnitt. De anser att kvinnor får mer möjligheter när de kan försörja sig själva, vilket visar att det är viktigt att fortsätta producera kläder i landet och fortsätta den positiva utveckling (ibid). Gina Tricot och Lindex har diskuterat med sina leverantörer om de problem som rapporten tog upp kring genusrelaterade problem. H&M har startat ett projekt som inneburit information om sexuella trakasserier, samt att en stömlinje för utsatta kvinnor upprättats (Swedwatch, 2013: 16). KappAhl (2013: 14) uttrycker textilproduktionens verkan för kvinnors utveckling: *”Dessutom bidrar industrialiseringen till utveckling och frigörelse från patriarkala strukturer för miljontals unga kvinnor”*, som ståndpunkt som bekräftas av Eva Kindgren (personlig kommunikation, 22 maj 2015). Sammantaget ser jag att detta ökade fokus på just kvinnors rättigheter kan vara en följd av påverkan från Swedwatches rapport.

Bangladesh

Extra fokus på Bangladesh som land finns i Gina Tricots hållbarhetsrapport (2013: 18). Under rubriken *”Bangladesh - värdet av närvaro”* beskrivs hur utvecklingen i landet de senaste 30 åren visar på att textilproduktion är ett effektivt sätt att minska fattigdom, men att de fortfarande ser *”ett glapp mellan fabriksmiljöerna och hemmiljöerna och fördelningen av resurser och rättigheter i samhället i stort”* (ibid.). Att intressera sig för påverkan på textilarbetarnas hemmiljö är något Swedwatch (2012) vill lägga vikt vid. Även KappAhl har mer fokus på Bangladesh i sin rapport år 2013 än tidigare. De beskriver industrialiseringens positiva effekter på förtryckande strukturer och hur arbetstillfällena som ges i deras fabriker är ett sätt skapa utveckling (KappAhl, 2013: 14). I vår intervju berättar Eva Kindgren på KappAhl (personlig kommunikation, 22 maj 2015) att i Bangladesh finns många komplexa problem, men att deras närvaro behövs och gör skillnad. *”Jag tycker deras rekommendationer ofta är väldigt bra”* berättar Eva Kindgren på KappAhl om Swedwatch och deras granskningar (personlig kommunikation, 22 maj 2015). Dock påpekar Eva att

KappAhl har arbetat med hållbarhetsarbete länge och därför har många egna långsiktiga projekt. Det är snarare så att Swedwatchs rapport ”A lost revolution?” om Bangladesh gav bekräftelse på att företagets arbete var på rätt väg, än att det var helt ny information (ibid.).

Sen kanske jag har svårt att säga att ”1a gjorde vi det och det med, och 2b gjorde vi så och så” utan att det blir ju sånt som man lägger till till sin kunskap och så jobbar man vidare med den, med det... de projekten som man drev eller driver och så ändrar man om det lite grann. [...] Så det blir ju att addera deras kunskap på det som man redan gör. (Eva Kindgren, personlig kommunikation, 22 maj 2015)

Slutsats analysfråga 2

Ingrid Porss på Lindex (personlig kommunikation, 12 maj 2015) beskriver sin syn på Swedwatchs rekommendationer ”Deras uppgift är att peka på missförhållanden och orättvisor och det är vår uppgift att analysera och göra en bedömning om det ligger inom vårt ansvarsområde eller inte”. Detta citat är talande för hur företagen arbetar med rekommendationer från Swedwatch. Många intressenter, och bland dem många NGOs, kan influera företagens hållbarhetsarbete, men de ser snarare till rekommendationerna i sig än vem som framfört dem. Att se direkt påverkan på två aktörer - A och B enligt Dahl, och Swedwatch och textilföretag i min forskning - är på detta sätt svårt. Mitt resultat på denna fråga är därför svagt. Till stor del beror detta på att företagens arbete kan influeras från många håll och även internt inom företaget. Företagen berättar inte heller hur de fått information om, eller inspiration till, vissa ämnen inom hållbarhetsarbete. Detta är något som både text- och intervjumaterialet visar. Dock skulle jag säga att det ämne som tydligast återfinns i företagens rapporter från 2013 är fokus på kvinnor, och att detta sker i större utsträckning än innan Swedwatchs rapport. Möjligheten finns alltså att Swedwatchs granskning lett till förändrat beteende hos företagen i detta område. Dock är det svårt att veta hur stor del Swedwatch hade i detta jämfört med andra aktörer i samhället.

Just i detta fallet har vi hört från företagen att det har gett resultat. Dels har de sagt det vid rundabordssamtal och så tycker jag att man kan se det i deras arbete. Sen att det bara beror på oss - så långt kan man nog inte dra det. (Julia Hale, personlig kommunikation, 23 april 2015)

5.3 Vilken legitimitet ger företagen Swedwatch?

Att företagen (B) ger Swedwatch (A) legitimitet är en förutsättning för att Swedwatch ska kunna påverka dem. Detta i enlighet med Dahls (2002) modell för makt och påverkan mellan aktörer. Att ge legitimitet till en kravställare kan se ut på flera sätt. Jag kommer här analysera hur företagen ger legitimitet till Swedwatch och vilken sorts legitimitet de ger.

Inledningsvis såg inte företagen någon relevans i Swedwatchs fokus på ekonomiska, sociala och kulturella rättigheter - som främst berörde villkoren utanför fabriken väggarna. Under det knappa året som arbetet med rapporten pågick skedde dock en attitydförändring. (Swedwatch, 2013: 6)

I uppföljningsrapporten ”*Starkt fokus på kvinnors rättigheter*” berättar Swedwatch att sex av de sju tillfrågade företagen ansåg att granskningen bidragit med ny kunskap (2013: 6). Att företagen medverkade på det rundabordssamtal och enkätundersökning som till stor del ligger till grund för Swedwatchs uppföljning ser jag som ett tecken på att företagen ger viss legitimitet och att det finns ett sammanhang med Swedwatch som de vill vara del av. Anna-Karin Wårfors, CSR-chef Gina Tricot berättar (personlig kommunikation, 6 maj 2015): ”*Vi följer Swedwatch arbete och deltar i rundabordssamtal. Swedwatch är en av de intressenter som vi följer och vi värdesätter den kunskap som finns i organisationen*”. Företaget försöker hålla sig uppdaterade på de frågor som organisationer driver och vill visa att de alltid är öppna för dialog (Gina Tricot, 2013: 26). Intressenterna kan påverka deras verksamhet, och de har löpande dialoger för att möta deras förväntningar. Swedwatch nämns i deras hållbarhetsrapport som en av de organisationer de ser som värdefulla intressenter (Gina Tricot, 2012: 7).

Lindex (2009: 3, 21) beskriver ett reportage som gjorts vid deras produktionsfabriker, som initierats av bland annat Swedwatch. Företaget ansåg att det var en bra rapport som visar att Lindex bidrar till utveckling i de länder där de verkar. Samtidigt visade det problem som de har som är väldigt viktiga att jobba vidare med (ibid.). Ingrid Porss, social compliance manager på Lindex berättar:

Swedwatch har flera gånger belyst och satt fokus på specifika förhållanden i våra produktionsländer som gjort att vi uppmärksammat dessa särskilt. Swedwatch förankring och kännedom om situationen i våra produktionsländer gör att vi lyssnar på dem och tar dem på allvar. Vi har ett bra förhållande till Swedwatch och har haft många bra diskussioner under årens lopp. Deras uppgift är att peka på missförhållanden och orättvisor och det är vår uppgift att analysera och göra en bedömning om det

ligger inom vårt ansvarsområde eller inte. De är medvetna om de svårigheter vi möter i lokala sammanhang och att det kan ta tid att få till förändringar. (Ingrid Porss, personlig kommunikation, 12 maj 2015)

Som redan nämt i analysfråga 1 om ansvarsutkrävande uttrycker sig Eva Kindgren på KappAhl (personlig kommunikation, 22 maj 2015) positivt till Swedwatch, bland annat att hon tycker att det är bra att de *”tjatar på oss, och att de ser till at vi håller oss i ledet och gör vad vi ska.”* Eva betonar att hon ser Swedwatch som en tillgång eftersom de både granskar och uppmuntrar.

Just i Bangladesh så vet jag ju att de har mycket erfarenhet och kunskap om och har jobbat där i många år. Så att där känner man att det finns en, vad ska jag säga, en tyngd i det de rekommenderar [...] Jag tycker deras rekommendationer ofta är väldigt bra. (Eva Kindgren, personlig kommunikation, 22 maj 2015)

Eva säger också att det viktiga för KappAhl, och troligtvis för andra företag i textilbranschen, är samarbete (personlig kommunikation, 22 maj 2015). Både samarbete mellan företag och med andra aktörer i samhället. Att Swedwatch granskar textilbranschen och ger rekommendationer till företagen ser hon som ett sorts samarbete.

[...] att NGOs roll, och kanske media också i framtiden, att det blir... Givetvis att de ska vara dem som frontar och är på barrikaden. Men också att de samarbetar med oss för att nå.. nå större resultat. [...] Att man gör projekt tillsammans och man ut.. att man driver det också. (Eva Kindgren, personlig kommunikation, 22 maj 2015)

Slutsats analysfråga 3

Sammantaget ser företagen Swedwatch som en av många intressenter som kan bidra med värdefull kunskap genom sina granskningar och rekommendationer. Dock, i relation till hur Dahl (2002: 19) beskriver legitimitet som förutsättning för makt, är det svårt att se att företagen känner sig tvungna att följa Swedwatchs vilja och rekommendationer. Dahl ser också att makt och påverkan från A till B kan ske genom att A delger B information som kan förändra dess beteende, snarare än att rent faktiskt förändra Bs beteende. Detta stämmer bättre in på hur Swedwatchs rekommendationer fungerar och hur företagen följer Swedwatchs vilja. Undantag i denna analysfråga gäller H&M, eftersom företaget valt att inte medverka i min studie och Swedwatch inte nämns explicit i deras rapporter kan jag inte dra några slutsatser för vad H&M ser för legitimitet hos Swedwatch.

Julia Hale (personlig kommunikation, 23 april 2015) berättar att företagen ofta uttrycker uppskattning för Swedwatchs granskningar och de problem de upptäckt, ”*men i samma mening säger de också att det är en pågående process från dem.*” Eftersom Swedwatchs rekommendationer inte följs av några direkta sanktioner kan det medverka till att företagen känner sig mindre benägna att följa *just deras* rekommendationer. Enligt Dahl (2002: 19) är sanktioner ett sätt för A att utöva makt över B. Det som skulle kunna ses som negativa sanktioner är att Swedwatch påverkar företagens konsumenter vilket leder till minskad konsumtion. Positiva sanktioner skulle kunna vara att Swedwatch ger företagen uppskattning och uppmuntran. Dock tycker jag att dessa är ganska svaga för att ses som sanktioner, speciellt då med tanke på att företagen ser Swedwatch som en av väldigt många intressenter, och inte sin viktigaste heller.

Slutsatsen av frågan om legitimitet är att Swedwatch som aktör är en av många. Företagen lyssnar på Swedwatch, och ser deras granskningar som tillförlitliga och viktiga inom hållbarhetsarbete. I textmaterialet ges lite utrymme för specifika intressenter, vilket gör att analysen av denna fråga till stor del baseras på mitt intervjumaterial. Jag tycker att Eva Kindgren (personlig kommunikation, 22 maj 2015) uttrycker den tydligaste formen av legitimitet när hon beskriver att Swedwatch kan fungera som samarbetspartner för företagen, vilket betyder att hon ser organisationen som användbar.

5.4 Vilka resurser använder Swedwatch för att stärka sin makt?

Resurser, exempelvis information och organisering, är vad som möjliggör makt, enligt Giddens (2002: 160 - 161). Med detta som grund kommer jag analysera vilka resurser som Swedwatch använder sig av i sin granskning.

Information

”*Swedwatch som granskande aktör har sin styrka i erfarenhet och kunskap*” berättar Julia Hale (personlig kommunikation, 23 april 2015). Den främsta resursen för Swedwatch när de kräver ansvar för arbetsförhållanden är information om textilarbetarnas situation. Företagen har bristande kunskap om livssituation och levnadsförhållanden för de som arbetar i deras fabriker, och deras kunskap sträcker sig bara inom fabrikernas väggar (Swedwatch, 2012: 7). I rapporten ”*A lost*

revolution?” finns intervjuer med flera kvinnor som arbetar i textilfabrikerna, vilka kan ses som experter inom erfarenheter att arbeta i textilfabriker. En av dessa är en kvinna som började arbeta i fabrik när hon var 11 och därefter har engagerat sig för arbetares rättigheter och idag är president i en arbetsrättsorganisation i Bangladesh (Swedwatch, 2012: 25). En resurs för information är även expertutlåtande från Daniel Vaughan-Whitehead som är lönespecialist på International Labour Organisation (ILO), FNs arbetsrättsorganisation (Swedwatch, 2012: 20-21). Han berättar att leverantörer i Bangladesh ibland ger falska rapporter om lönesituationen, så att ”rätt” resultat kan visas vid företagens inspektioner. Detta görs för att leverantörerna inte vill riskera att mista företagen som kunder fastän de inte lever upp till deras krav (ibid.).

Med denna information som resurs tar sig Swedwatch makt, och möjlighet, att avgöra om företagens hållbarhetsarbete är tillräckligt, vilket de uttrycker att de inte är (Swedwatch, 2012: 11). Genom den information Swedwatch bidrar med, via intervjuer med fabriksarbetare, anser de att det som företagen gör främst är baserat inom fabrikerna och inte påverkar kvinnornas liv utanför jobbet (Swedwatch, 2012: 56). Företagen själva säger att deras nuvarande metoder för uppföljning av hållbarhetsarbete inte tillräckligt lägger vikt vid genusrelaterade frågor (Swedwatch, 2012: 56). Detta bekräftar Eva Kindgren på KappAhl (personlig kommunikation, 22 maj 2015), och säger att det finns en tyngd i det Swedwatch rekommenderar, särskilt gällande Bangladesh; *”Deras granskningar är väldigt väl balanserade och att man känner att de har en kunskap om hela ämnet”*.

Organisering

Gällande organisering finns det många exempel i rapporten då Swedwatch tagit hjälp av experter och andra NGOs eller organisationer för att stärka sina påståenden och ge dem mer tyngd. *”A lost revolution?”* gjordes i samarbete med RFSU som, bland mycket annat, bistår med expertkunskap inom området för sexuella trakasserier (Swedwatch, 2012: 3). Swedwatch är dessutom uppbyggd med flera andra svenska organisationer som medlemmar, och har dessa som stöd för alla sina granskningar då de bestäms gemensamt på årsmötet. Medlemsorganisationerna kan i sin tur vidare bidra med expertkunskap eller kontakter för att organisera Swedwatches granskningar och ge trovärdighet (Julia Hale, personlig kommunikation, 23 april 2015). I uppföljningsrapporten (2013: 8) *”Starkt fokus på kvinnors rättigheter”* beskrivs hur Swedwatches medlemsorganisationer samlat in 8 187 namnunderskrifter med kravet *”En lön att leva på”*. Detta står för organisering av civilsamhället som uppmanar företagen att arbeta vidare på att skapa löner som det går att leva på, inte bara överleva. Bland civilsamhället finns företagens kunder, vilket för dem är den viktigaste

intressentgruppen (Eva Kindgren, personlig kommunikation, 22 maj 2015; Anna-Karin Wårfors, personlig kommunikation, 6 maj 2015).

Utanför det svenska civilsamhället har Swedwatch även stöd från Bangladesh Garment Manufacturers and Exporters Association (BGMEA). De bekräftar den nationella situationen som Swedwatchs granskning visar, och vikten av levnadslöner för textilarbetare i Bangladesh. BGMEA anser att de internationella företagen som köper kläder är ansvariga för situationen eftersom de *”are asking for more, but paying less”* (Swedwatch, 2012: 19). Swedwatch använder sig även av FN:s vägledande principer för att få vikt bakom sina argument (Swedwatch, 2012: 32). Enligt Global Compact (beskrivs i kapitel 1) kan företag bidra till brott mot mänskliga rättigheter. Efter den forskning som Swedwatch har gjort visar det sig att de svenska textilföretagens produktion bryter mot 22 mänskliga rättigheter i Bangladesh. Swedwatch baserar sin granskande rapport på FN:s principer för företag och mänskliga rättigheter, och i ljuset av de konsekvenser som de låga lönerna får resultatet att den fattigdom som råder bland arbetarna orsakat av låga löner, gör att mänskliga rättigheter bryts (ibid.). Dessa resurser är både information och organisering genom stöd från andra aktörer.

Oberoende

En sista resurs som Swedwatch använder är deras oberoende. Organisationen har själva gjort undersökningen och har endast granskning av företags missförhållanden som fokus. Swedwatchs intervjuer med arbetarna till största del gjort intervjuerna i arbetarnas hem för att minska påverkan från arbetsgivare och fabrikschefer (Swedwatch, 2012: 7). I företagens egna granskningar intervjuas arbetarna, men detta sker i anknytning till fabriker vilket kan påverka arbetarnas svar (H&M, 2013: 27; Lindex, 2013: 20 - 21; Gina Tricot, 2013: 17). Företagen har flera intressen än att granska, bland annat produktivitet och vinst. Eftersom Swedwatch inte är lika beroende av ekonomiska svängningar som företagen är, och heller inte har lika många led inom sin organisation är deras oberoende och effektivitet när det kommer till granskningar en klar resurs för dem.

Slutsats analysfråga 4

Jag ser i min forskning tre resurser som gör att Swedwatch kan stärka och utöva sin makt som granskande organisation; information, organisering och oberoende. Enligt Giddens (2002: 152, 160 - 163) ger dessa tre resurser makt åt Swedwatch och behövs för att organisationen ska ha möjlighet att skapa förändring. Tack vare att Swedwatch organiserar sig med stöd från andra organisationer,

FN, experter och civilsamhället kan de ge röst åt flera aktörer samtidigt. Detta underlättas även av deras oberoende ställning, som gör att de ses som en pålitlig källa för information. De tre resurserna förutsätter varandra på följande sätt; genom att Swedwatch är *oberoende* från företagen kan de *samarbeta* med andra organisationer och aktörer för att få *information* som löper mindre risk att vara partiskt. Swedwatch använder således sin makt främst genom information som de använder för att ställa företagen ansvariga för förändring. Att förändra en aktörs beteende genom information är ett sätt att utöva makt, enligt Dahl (2002).

5.5 Hur uttrycks företagens ansvar, förändringsmöjlighet och makt inom strukturer?

Denna analysfråga handlar om företagens möjlighet att påverka de arbetsförhållanden som råder i deras fabriker och de orättvisa strukturer som detta är ett uttryck för. Med stöd i både Giddens (2002) struktureringssteori och Youngs (2004, 2007) ansvarsmodell kommer jag analysera detta med material från både Swedwatch och företagen. I förlängningen vill jag med denna analys se om Swedwatches påtryckningar på företagen är det som bäst förändrar situationen för arbetarna, eller om det kanske finns andra vägar.

Att textilindustrin spelar en viktig roll i utvecklingen av produktionsländerna är både Swedwatch och företagen överens om (Swedwatch, 2012; Gina Tricot, 2013: 18; KappAhl, 2013: 14; H&M, 2013: 76; Lindex, 2013: 4). I Swedwatches rapport (2012: 16 -17) framkommer att arbetarna i textilfabrikerna till stor del ser företagen som ansvariga för förändring av orättvisa strukturer. Följande önskemål kom från fabriksarbetarna till företagen: de har ansvar för att uppmärksamma genusfrågor, de behöver bättre kunskap om de exakta problem som kvinnliga arbetare ställs inför samt att de saknar kunskap om menstruationsproblem som är specifika för bangladeshiska kvinnor (på grund av kulturella skillnader). Sammantaget ansåg de intervjuade kvinnorna att företagen har ansvar och inflytande både inom och utanför fabrikerna (ibid.). I Youngs ansvarsmodell (2007: 191 - 221) har alla aktörer ansvar att förändra strukturer, både företag, regering och fabriksarbetare. Dock har de inte samma ansvar, och heller inte samma möjlighet att förändra strukturerna. De aktörer som gynnas mest av strukturerna är också de som bäst kan förändra dem (ibid.). I mitt material framkommer olika strukturella orättvisor som rör textilbranschen, och inom dessa kan det

vara olika aktörer som har mest makt att förändra. Jag kommer här beskriva de olika strukturerna och aktörer inom dem.

Lönestrukturer

Bangladesh regering är också en aktör i ansvarsmodellen, och har ansvar för nationella problem såsom korrupktion, fattighet och patriarkala strukturer (Swedwatch, 2012: 10; Young, 2007).

Textilindustrin och de internationella köparna är väldigt viktig för landets ekonomi, men de låga löner som finns skapar problem som leder till brott mot mänskliga rättigheter, vilket är ett strukturellt problem (Swedwatch, 2012: 16-17). I lönefrågan kan företagen genom sin storlek och genom samarbete få till nationella förändringar i lönestrukturer (Swedwatch, 2012: 12). ”Där ser man något positivt” berättar Julia Hale, och syftar på att H&Ms VD Karl-Johan Persson haft personliga möten med premiärministern i Bangladesh (personlig kommunikation, 23 april 2015). Lönenivåerna i Bangladesh sätts av regeringen, och då många politiker äger fabriker har de intresse av att lönerna är låga (ibid.).

Det är ju jättepositivt att de använder sitt inflytande. Det är ju det som är en sak med H&M, att de är så stora, de har ju påverkansmöjlighet, det vi brukar kalla ”leverage” liksom. Och de kan använda sitt leverage mot andra aktörer för att försöka få dem att också arbeta. (Julia Hale, personlig kommunikation, 23 april 2015)

Swedwatch skriver (2013: 14) att företagen ”hellre ser att Bangladeshs regering höjer minimilönen än att företag själva ska införa levnadslöner”. Ansvar att förändra lönestrukturen och de konsekvenser de låga lönerna får lägger företagen alltså på regeringen. Giddens (2002: 153 - 155) och Young (2007: 218 - 221) anser att aktörer inom strukturer kan rikta in sig på de som mest troligt kan förändra strukturer, vilket är fallet här. Swedwatchs uppföljning (2013: 14) visar att de förbättringar som gjorts har åstadkommit genom gemensamma ansträngningar. Ett exempel är att Lindex, KappAhl och H&M har framfört uppmaning om höjda minimilöner till Bangladesh regering via brev. I maj 2013 meddelade Bangladesh regering ett löfte om höjda minimilöner samt att arbetare tillåts engagera sig fackligt (Swedwatch, 2013: 15). Dock finns ytterligare strukturella problem då lönerna höjs. Eva Kindgren och Julia Hale berättar liknande historier:

I Bangladesh till exempel så fann vi att så fort det blev en lönehöjning på fabrikerna så höjdes också hyrorna i slumområdena [där arbetarna bor, mitt tillägg] för att det är liksom en typ lokal maffia kan

man säga som reglerar hyrorna där, och det är lokala politiker som är involverade. (Julia Hale, personlig kommunikation, 23 april 2015)

Vi drev igenom en löneökning då [...] men det slutade med att.. de fick högre lön och helt plötsligt den som hyrde ut bostäderna till dem tog jättestor del av det, matpriserna gick upp. Så jag tror att nästan att arbetarna fick sämre. (Eva Kindgren, personlig kommunikation, 22 maj 2015)

Samarbete och transparens i produktionskedjan

H&M uttrycker sig i Swedwatchs uppföljning (2013: 17) om att samarbete med andra organisationer är nödvändigt för att förändra de nationella strukturer som finns i Bangladesh. En trend inom textilbranchen verkar ha startats av H&M som var först med att offentliggöra sina leverantörslistor, vilket Swedwatch skriver (2013: 15) skett *"efter många års kritik från frivilligorganisationer som kräver högre transparens"*. Flera företag har under 2013 valt att arbeta för mer transparens kring sin produktion och därför offentliggjort sina leverantörslistor. Just H&M ser gärna att de ligger i framkant för social hållbarhet och vill använda sin storlek som företag för att samarbeta med andra och skapa systematisk förändring (H&M, 2013: 5). *"[...] creating a sustainable supply chain starts with us"*, skriver de och tillägger att det är genom transparent arbete som de kan vara en katalysator för positiv förändring (H&M, 2013: 24). Julia Hale (personlig kommunikation, 23 april 2015) på Swedwatch ser också H&Ms storlek som en tillgång i strukturell förändring: *"det blir ju oftast så att, om det blir ett företag som ligger i framkant, att det blir en konkurrensfördel. Då blir det ju att man lär sig av andra också, alltså naturligt"* (ibid.).

Gina Tricot (2012: 5; 2013: 13) beskriver att det är en utmaning att inte ha insyn i hela produktionskedjan något som karaktäriserar textilindustrin. Eftersom de är en liten aktör i textilbranchen behöver de samarbeta med andra aktörer i samhället. Genom att ha en tydlig uppförandekod och engagera sig i hållbarhet bidrar deras produktion till utveckling i de länder de är verksamma i (Gina Tricot, 2012: 6). Även Lindex anser att transparens är viktigt (2009: 23). Företaget vill visa var de står i frågor om etik, och *"[...] inte bara vara en massa snygga dokument och policys utan ett agerande som gör att man förstår innebörden i vårt etikarbete"* (ibid.). Lindex (2009: 8) anser att samarbete mellan den offentliga och privata sfären är den enda sättet för att skapa hållbar social utveckling. Både Gina Tricot (2013: 7, 13) och Lindex (2009: 17) framhåller medlemskapet i Business Social Compliance Initiative (BSCI) som fördelaktigt för att påverka övergripande branschproblem och strukturer. BSCI är ett branschinitiativ för social hållbarhet som tillhandahåller verktyg och rådgivning för hållbarhetsarbete, och medlemsföretagen har även antagit

BSCIs uppförandekod. Att organisera sig är, som nämnt i analysfråga 4, en resurs för makt enligt Giddens (2002: 160 - 161).

Genusstrukturer

Internationella köpare ställer krav på säkerhet och standard i fabriker, men sömmerskorna får fortfarande finna sig i en ojämlik samhällsstruktur. Därför är det viktigt att fortsätta producera kläder i Bangladesh - varje producerat plagg ger möjlighet till en mer rättvis fördelning. (Gina Tricot, 2013: 18)

Textilbranschen gör att kvinnor får mer kraft i samhället när de går från försörjda till försörjare, anser Gina Tricot, vilket på sikt skapar jämlikhet (2013: 19). Företagets närvaro i landet ser de som en positiv kraft och en väg mot utveckling. ”Den utveckling som textilindustrin går igenom i Bangladesh liknas på många sätt den utveckling som den svenska textilindustrin gick igenom” skriver Gina Tricots CSR-chef Anna-Karin Wårfors (ibid.). Textilbranschens positiva effekter för just kvinnor belyser även KappAhl (2013: 14), och påpekar att den bidrar till ”utveckling och frigörelse från patriarkala strukturer för miljontals unga kvinnor”.

Men sen finns det ju anledningar att ha hållbarhet, det är ju för att vi ska kunna fortsätta business i framtiden. Alltså det är ju egentligen ingen valmöjlighet heller [...] eftersom vi köper mycket av vår textil i Bangladesh så har vi ju möjlighet att ge tillbaka nånting till landet och hjälpa kvinnor att ha ett arbete. (Eva Kindgren, personlig kommunikation, 22 maj 2015)

Eva Kindgren berättar (personlig kommunikation, 22 maj 2015) att det skett en förändring de senaste åren. Textilföretag har större möjligheter, och således större ansvar att påverka arbetsförhållanden i sina fabriker och levnadsförhållanden för sina arbetare. Strukturen för arbetare, global produktion och företagens handlingsområde håller på att förändras:

Och vi kan göra mer tack vare att vi befinner oss i landet, vi kan visa på resultat på ett helt annat sätt än vad man kan göra i andra organisationer. Så jag tror att.. jag tror ju att, i framtiden att vi företag vi kommer att få en större roll i miljö- och socialarbetet utåt [...] Jag tror det är oundvikligt. Sen kan man ju... sen känner jag ju att.. och då är det ju, de här samarbetena som jag pratade om dom är ju väldigt sköna då, att ha. Att man inte liksom är ensam. För såklart, utmaningen är ju gigantisk, den är ju det. [...] Så jag tror att det blir så att vi företag, som gör affärerna och som har plånboken och orderpocket, vi kommer få större ansvar i de här frågorna. (Eva Kindgren, personlig kommunikation, 22 maj 2015)

Slutsats analysfråga 5

Överlag är den tydligaste möjligheten att förändra stora samhällsliga strukturer om företag, organisationer och regeringar arbetar tillsammans - precis som Youngs ansvarsmodell (2007) uttrycker. Detta visar allt mitt material, både rapporter och intervjuer med Swedwatch och företagen. Att samarbetet sker genom att de olika aktörerna handlar med de medel de har tillgängliga är också något som framkommit i materialet. Detta visar hur både Giddens (2002: 153 - 155) och Young (2007: 218 - 221) anser att strukturell förändring bör ske: genom att aktörer använder sin handlingsmöjlighet inom sitt ansvarsområde. Kortfattat sker detta på följande sätt: Swedwatch granskar arbetarnas situation och vänder sig till företagen, som använder sitt inflytande som anställda för att påverka Bangladesh regering, som i sin tur kan förändra nationella lagar. Swedwatch som organisation är också begränsade att handla inom strukturer för organisationer, exempelvis kan de inte gå in och höja löner på specifika fabriker. Att Swedwatch riktar in sig på att försöka påverka företagen är ett bra tillvägagångssätt för att bidra till utveckling i produktionsländerna, särskilt med tanke på det Eva Kindgren (personlig kommunikation, 22 maj 2015) säger om företagens växande roll i dessa frågor.

6. Sammanfattande diskussion och slutsatser

Detta avslutande kapitel kommer ge en sammanfattning av analysens slutsatser, diskussion om metodproblem och dylikt, samt en koppling till tidigare forskning och idéer om vidare forskning.

6.1 Sammanfattande slutsatser

För att tydligt visa analysens slutsatser kommer jag använda mina två forskningsfrågor. Genom hela analysen finns svar på dessa, men jag ser ändå en viss uppdelning som jag tänker tydliggöra.

Vilka maktrelationer kan märkas mellan Swedwatch och svenska textilföretag?

Svar på detta finns främst i analysfråga 1 om ansvar, 3 om legitimitet och 5 om strukturer.

Swedwatches makt hos företagen beror på den legitimitet som företagen ger dem, och detta ser ut på olika sätt beroende på ämne. Företagen ger Swedwatch legitimitet som informationskälla och som en tillgång i deras utveckling av sitt hållbarhetsarbete, dock uttrycker inget av företagen en syn på Swedwatch som kravställare eller maktutövare. Möjligen skulle detta vara Eva Kindberg på KappAhl som i vår intervju berättar att hon tycker det är bra att Swedwatch ”tjatar” på dem. Det är också genom att ständigt visa sin vilja att ha dialog med företagen och vara på deras sida som Swedwatch arbetar för att få företagen att ta sitt ansvar. Att beskriva Swedwatch som ”den kritiska vännen”, som Julia Hale gör, är enligt min forskning passande. För att förändra större strukturer, i exempelvis Bangladesh, men även i andra produktionsländer, behövs samarbete. Detta samarbete möjliggörs genom att Swedwatch tydliggör företagets ansvar och påverkansmöjligheter, och även fungerar som en källa för information. Samarbetet sker inte nödvändigtvis genom att just Swedwatch och företagen arbetar tillsammans, vilket är emot Swedwatches principer som oberoende organisation. Istället är detta samarbete att alla inblandade aktörer gemensamt kommer överens om att göra det de kan för att föra den sociala utvecklingen framåt. Maktrelationen mellan Swedwatch och företag är därför mer av ömsesidigt beroende karaktär än att Swedwatch är en auktoritär makt för företagen.

Hur påverkar Swedwatch företagets sociala hållbarhetsarbete?

Detta behandlas främst i analysfråga 2 om direkt påverkan och 4 om resurser, eftersom jag i dessa frågor velat se direkt påverkan och hur den sker. I fråga om de tre ämnena *levnadslöner, facklig*

organisering och genusperspektiv som jag undersökt i analysfråga tre hittade jag ganska svaga resultat på Swedwatchs påverkan. Detta ser jag kan bero på mitt material från företagen, som inte utger var företagen får information om vad som behöver förbättras i deras hållbarhetsarbete. Det är därför svårt att veta hur stor del Swedwatch hade i att företagen fokuserade mer på genusfrågor 2013 än 2009. Dock säger Julia Hale att Swedwatch fått berättat för sig av företagen att deras granskning gett effekter i deras arbete. I analysfråga 4 såg jag att Swedwatchs tillgång till information och organisering med andra aktörer i samhället är en klar resurs för att de ses som legitim källa för rekommendationer. Att Swedwatch är oberoende och inte granskar enskilda företag utan istället hela branscher är också en resurs som de använder för att kunna påverka textilbranschen. Slutligen visar svaret på denna forskningsfråga att Swedwatch påverkar företagen på flera sätt genom att vara en granskande organisation, men de påverkar inte företagens faktiska arbete i lika stor utsträckning.

6.2 Diskussion om metod och material

Mitt syfte var först att undersöka maktrelationen och påverkan mellan Swedwatch och H&M. Med detta syfte gjordes intervjun med Julia Hale på Swedwatch. Dock blev det tydligt under uppsatsens gång att H&M inte kunde ställa upp på intervju, och att mitt material därför inte var tillräckligt. Jag ändrade då syfte till att undersöka textilbranschen i stort, genom bland annat H&M men också KappAhl, Gina Tricot och Lindex. I efterhand skulle jag ha gjort detta val tidigare, då det bättre svarar för textilbranschen istället för ett specifikt företag. Om jag hade kontaktat de övriga företagen tidigare finns möjlighet att jag hade kunnat göra intervjuer även med Lindex och Gina Tricot, och inte bara KappAhl. Intervjun med Eva Kindgren från KappAhl skedde i uppsatsens slutskede. Detta blev till min fördel, eftersom jag då redan börjat gå igenom mitt material kunde jag anpassa intervjun till frågor som verkligen kompletterade rapporterna och gynnade min analys. Dock hade intervjuer med samtliga företag varit att föredra, då det hade gett mer bredd och gett fler röster från företagen. Intervjuerna, både med Swedwatch och KappAhl, gav i större grad svar på mina forskningsfrågor än vad textmaterialet gjorde. Mycket av den information som Julia Hale bidrog med handlade om textilbranschen i stort och inte bara H&M, vilket gjort att intervjun varit användbar även med mitt ändrade syfte.

Jag ser att mitt resultat påverkas till viss del av det material som jag kunna tillgå. Som nämnt i uppsatsens introduktionskapitel finns globala riktlinjer för hållbarhetsrapportering, GRI, och även olika nivåer inom dessa riktlinjer. Då H&Ms hållbarhetsrapportering sker på en mer utförlig nivå

(B) än Lindex, KappAhl och Gina Tricot (nivå C) resulterar detta att H&M beskriver mänskliga rättigheter, särskild påverkan på alla led i produktionskedjan, diagram och tabeller över framgång och dylikt. H&Ms rapporter uppgick till fler sidor än alla de andra företagens rapporter tillsammans. Dock var H&M det enda företag som inte svarade på frågor via mail eller intervju, så deras utförliga rapportering gjorde att detta till viss del vägdes upp.

Baserat på det empiriska material jag använt var analysfråga 2 om direkt påverkan blir svår att ge ett absolut svar på. Då flera av företagen inte kunde ställa upp på intervju valde jag analysverktyg som ska kunna svara på frågan främst utifrån mitt textmaterial. Dahls teori handlar om synlig påverkan från A till B, och i min analys innebär påverkan att det företagen skriver i sina rapporter står för företagets synliga agerande. Företagen skriver om intressenter och om NGOs i sina hållbarhetsrapporter, men på grund av att de har ett stort antal intressenter presenteras inte enskilda organisationer. Detta gör att det blev svårt att fastställa vilken direkt påverkan Swedwatch har på företagen. Swedwatches uppföljningsrapport hjälper till att stärka validiteten i denna fråga.

Ett problem för reliabiliteten uppstod i min analys då jag märkte att frågorna ibland överlappade varandra. Bland annat så var frågan om legitimitet något som hade kunnat tas upp i samtliga analysfrågor, då det visade sig vara ett centralt tema för påverkan. Detta ser jag som ett tecken på att mina analysfrågor täcker in uppsatsens syfte och frågeställningar på ett övergripande sätt, vilket är till uppsatsens fördel. Dock kan det bli lite förvirrande för läsaren, och lite svårare att ge svar inom varje analysfråga. Jag försökte hålla isär analysfrågorna och koppla dem till deras avsedda teorier för att inte påverka reliabiliteten för mycket.

6.3 Uppsatsens position i forskningsfältet

Då tidigare forskning visat att CSR till stor del framdrivs av NGOs som påverkar företag vill jag med min uppsats bidra till ett exempel på detta ur en svensk kontext. Att undersöka Swedwatch har bidragit till vidare förståelse för tillvägagångssätt för en svensk NGO som granskar svenska textilföretag. Yaziji och Dohs forskning om NGOs och företag tar främst upp stora internationella organisationer, och min studie av en liten nationell organisation ger ett bidrag i denna forskning. Uppsatsen är också ett exempel på hur Iris Marion Youngs ansvarsmodell kan ge uttryck hos svenska aktörer. Vidare skulle det vara intressant att undersöka företagets förändrade roll i utvecklingsländer, och hur relationen mellan företagen och staten ser ut. Globala ramverk som Global Compact belyser vikten av företagets arbete i utvecklingsländer, och min forskning visar att

företagen har stora möjligheter att påverka realiserandet av mänskliga rättigheter, kanske särskilt i de länder där staten är svag. Vad blir det för effekter för globala strukturer och mänskliga rättigheter när transnationella företag allt mer blir bärare av utveckling?

6.4 Avslutande sammanfattning

Avslutningsvis visar min forskning att Swedwatch är en aktör av många som arbetar för att förändra och påverka den svenska textilbranschen. Denna bransch är i ständig förändring, och deras roll i produktionsländerna blir allt mer fokuserad på hållbarhetsarbete. Eva Kindgren på KappAhl använder ordet ”oundvikligt” för att beskriva hur företagen allt mer bidrar till utvecklingen i sina produktionsländer. Att då ha en ”kritisk vän” som Swedwatch, som bidrar med erfarenhet och kunskap, är en stor hjälp för företagen. Uppsatsens syfte uppfylls genom att den har undersökt, och svarat på, hur Swedwatch använder sin makt för att påverka svenska textilföretags sociala ansvarstagande och hållbarhetsarbete. Avslutningsvis vill jag därför säga att maktrelationen mellan Swedwatch och företag karaktäriseras av konsensus, vilket kan gynna både dessa aktörer och framtiden för social hållbarhet i textilbranschen.

Referenslista

- Bergström G. & Boréus, K. (2005) *Textens mening och makt. Metodbok i samhällsvetenskaplig text- och diskursanalys*. Lund: Studentlitteratur
- Borglund, T., De Geer, H., Hallvarsson, M. (2009) *Värdeskapande CSR, Hur företag tar socialt ansvar*. Norstedts Akademiska Förlag
- Dahl, R., A. (2002) Power. In Haugaard (ed) *Power a Reader*. Manchester: Manchester University Press
- Desai, V. (2008) The role of non-governmental organizations (NGOs). In Vandana Desai och Robert B Potter (eds) *The Companion to Development Studies: Second Edition*. s. 525 - 529. London: Hodder Education
- Esaiasson, P. (2007) *Metodpraktikan*. Stockholm: Norstedts Juridik AB
- FN (2011) *Guiding Principles on Business and Human Rights, Implementing the United Nations "Protect, Respect and Remedy" Framework*. Hämtad 2015-05-20 från https://www.unglobalcompact.org/Issues/human_rights/The_UN_SRSR_and_the_UN_Global_Compact.html
- Giddens, A. (2002) The Constitution of Society. In Haugaard M. (ed) *Power a Reader*. Manchester: Manchester University Press
- Gina Tricot (2012) Hållbarhetsredovisning. Hämtad 2015-05-05 från <http://www.ginatricot.com/se/sv/csr/what/articles>
- Gina Tricot (2013) Hållbarhetsredovisning. Hämtad 2015-05-05 från <http://www.ginatricot.com/se/sv/csr/what/articles>
- Gina Tricot (u.å.). *Lär känna oss*. Hämtad 2015-05-24 från <http://www.ginatricot.com/cse/sverige/foretaget/om-gina-tricot/csecontent-csecorporate-csecorporatepage-p1.html> s
- GRI (u.å.a). *What is GRI?* Hämtad 2015-05-21 från <https://www.globalreporting.org/information/about-gri/what-is-GRI/Pages/default.aspx>

GRI (u.å.b). *FAQs: Application Levels*. Hämtad 2015-05-21 från <https://www.globalreporting.org/information/FAQs/Pages/Application-Levels.aspx>

H&M (2009) *Style & Substance, Sustainability Report*. Hämtad 2015-05-05 från <http://sustainability.hm.com/en/sustainability/downloads-resources/reports/sustainability-reports.html#cm-menu>

H&M (2013) *Conscious Actions Sustainability Report*. Hämtad 2015-04-20 från <http://sustainability.hm.com/en/sustainability/downloads-resources/reports/sustainability-reports.html#cm-menu>

H&M (u.å.a) *H&M i Världen*. Hämtad 2015-05-21 från <http://about.hm.com/sv/About/facts-about-hm/fashion-for-all/sales-markets.html>

H&M (u.å.b) *Our History*. Hämtad 2015-05-21 från <http://about.hm.com/en/About/facts-about-hm/people-and-history/history.html>

H&M (u.å.c.) *About H&M Conscious*. Hämtad 2015-04-08 från <http://sustainability.hm.com/en/sustainability/about/hm-conscious/about-hm-conscious.html>

H&M (u.å.d) *Our business concept*. Hämtad 2015-05-25 från <http://about.hm.com/en/About/facts-about-hm/about-hm/business-concept.html>

KappAhl (2010) *CSR - rapport*. Hämtad 2015-05-05 från <http://www.kappahl.com/sv-SE/om-kappahl/vart-ansvar/hallbarhetsredovisning/>

KappAhl (2013) *Hållbarhetsredovisning*. Hämtad 2015-05-05 från <http://www.kappahl.com/sv-SE/om-kappahl/vart-ansvar/hallbarhetsredovisning/>

KappAhl (u.å.) *Hållbarhetsredovisning*, u.å. Hämtad 2015-05-05 från <http://www.kappahl.com/sv-SE/om-kappahl/vart-ansvar/hallbarhetsredovisning/>

- Kiely, R. (2008) Global shift: Industrialization and development. In Vandana Desai och Robert B. Potter (eds) *The Companion to Development Studies: Second Edition*. s. 183 – 185. Hodder Education: London
- Laudal, T. (2010). An Attempt to Determine the CSR Potential of the International Clothing Business. *Journal of Business Ethics* (2010) 96:63–77. DOI 10.1007/s10551-010-0449-6
- Lindex (2009) CSR - rapport. Hämtad 2015-05-05 från <http://about.lindex.com/se/sektion/hallbarhet/rapporter-nyheter-och-pressmeddelanden/>
- Lindex (2013) Sustainability Report. Hämtad 2015-05-05 från <http://about.lindex.com/se/sektion/hallbarhet/rapporter-nyheter-och-pressmeddelanden/>
- Lindex (u.å.a) *Lindex 1950*. Hämtad 2015-05-05 från <http://about.lindex.com/se/lindex-1950/>
- Lindex (u.å.b) *Lindex 2010*. Hämtad 2015-05-20 från <http://about.lindex.com/se/lindex-2010/>
- Lindex (u.å.c.) *Nya marknader*. Hämtad 2015-05-20 från <http://about.lindex.com/se/tidslinje-nya-marknader/>
- Lindex (u.å.d) *Rapporter*. Hämtad 2015-05-05 från <http://about.lindex.com/se/sektion/hallbarhet/rapporter-nyheter-och-pressmeddelanden/>
- Ruggie, J. (2007). *Business and Human Rights: The Evolving International Agenda*. Corporate Social Responsibility Initiativ, Working Paper No. 31. Cambridge, MA: John F Kennedy School of Government, Harvard University.
- Swedwatch (2012) *A Lost Revolution?* Swedwatch rapport #47. Hämtad 2015-04-06 från <http://www.swedwatch.org/sv/rapporter>
- Swedwatch (2013) *Starkt Fokus på Kvinnors Rättigheter*. Swedwatch rapport #61. Hämtad 2015-04-06 från <http://www.swedwatch.org/sv/rapporter>
- Swedwatch (2014) Policy för arbete. Hämtad 2015-04-08 från <http://www.swedwatch.org/sv/om-oss>

Swedwatch (u.å.) *Om oss*. Hämtad 2015-03-30 från <http://www.swedwatch.org/sv/om-oss>

Todaro, M. P. och Smith, S. C. (2011) *Economic Development* (Eleventh edition). Boston: Addison-Wesley

Yaziji, M. och Doh, J. (2009) *NGOs and corporations: Conflict and Collaboration*. New York: Cambridge University Press. ISBN: 978-0-521-86684-2.

Young, I. M. (2004) Responsibility and Global Labor Justice. *The Journal of Political Philosophy*: Volume 12, Number 4, 2004, pp. 365–388

Young, I. M. (2007) Globala utmaningar – Krig, självbestämmande och global rättvisa. Hägersten: Tankekraft förlag.

Ählström, J. & Sjöström, E. (2005) CSOs and Business Partnerships: Strategies for Interaction. *Business Strategy and the Environment* pp, 230–240. DOI: 10.1002/bse.470

Bilagor

1. Intervjuguide

Swedwatch

Inledande frågor

- Beskriv Swedwatch.
- Vad är din roll i organisationen?

Relation till H&M

- Hur skulle du beskriva Swedwatches relation till H&M? Hur skiljer den sig från relationen till andra granskade företag inom textilbranchen?
- Hur påverkar Swedwatches granskningar H&Ms hållbarhetsarbete?
- Vad tycker du om H&Ms hållbarhetsarbete?
- Hur har H&M påverkat er? Vad har de för roll i er utveckling och era granskningar?

Swedwatches roll

- Sedan Swedwatch startade, hur har organisationen utvecklats?
- Beskriv hur relationen till svenska företag ser ut, har den förändrats?
- Hur skulle du beskriva Swedwatches roll i Sverige som granskare och kritiker av svenska företag?

KappAhl

Relation till Swedwatch

- Beskriv KappAhls relation till Swedwatch. Hur har den förändrats?
- Hur tar ni till er rekommendationer från Swedwatch jämfört med andras och era egna granskningar?
- Vad gör att ni väljer att lyssna på, eller inte lyssna på, Swedwatch?

Påverkan utifrån

- Vad i det svenska samhället kan du se påvekar KappAhls hållbarhetsarbete?
- Skulle du säga att ni drivs mer av positiv eller negativ kritik gällande ert hållbarhetsarbete?

Företagets roll

- Hur skulle du beskriva er roll i hållbarhetsarbete, främst vid produktion i låginkomstländer?

2.

Intervjufrågor via mail till Lindex och Gina Tricot

- Den svenska organisationen Swedwatch har flera gånger granskat den svenska textilbranschen. Hur påverkar Swedwatchs granskningar er?
- Beskriv er relation till Swedwatch.
- Hur tror du att ni påverkar Swedwatch?
- Vad i det svenska samhället kan du se påvekar ert hållbarhetsarbete?