



H&M – DET ANSVARFULLA FÖRETAGET?

Line Gamre

Mänskliga rättighetsstudier

Höstterminen 2012

Handledare: Andreas Tullberg

Abstract

The aim of this study is to investigate how H&M meets the requirements and expectations of social responsibility. Of interest is to understand how H&M acts to legitimize their goals, choices and requirements of its operations by examining the company's policy and reporting. In this way, an image provided of which responsibilities a multinational company must take, and what obligations they can not be engaged. The purpose of this paper is to use information from the theory of CSR, to decide whether H&M's way of working with socially responsible reach the current standard, and if the work is being meaningful.

Various methods have been used to analyze H&M's responsibility. Comparative method was used to compare the company's responsibility formulation with the CSR theory. To elaborate on the content of the primary material, a content analysis mixed with an idea- and ideology-analysis was used. H&M largely live up to the expectations expressed by CSR theory, although a continuous discussion is important to be held in order to have a sustainable situation regarding social responsibility.

Keywords: H&M, CSR, Sustainability, Social Responsibility, Sustainability Report, Human Rights

Nyckelord: H&M, CSR, Hållbarhet, Socialt Ansvar, Hållbarhetsrapport, Mänskliga Rättigheter

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

ABSTRACT.....	2
INNEHÅLLSFÖRTECKNING.....	3
1. INLEDNING.....	4
1.1 SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNING.....	4
1.2 FÖRKORTNINGAR OCH BEGREPP.....	5
1.3 MATERIAL.....	5
1.4 AVGRÄNSNINGAR.....	6
1.5 KÄLLKRITIK.....	6
2. TEORI OCH METOD.....	7
2.1 TEORI.....	7
2.2 METOD.....	7
2.3 DISPOSITION.....	8
3. CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY.....	9
3.1 GLOBALISERING OCH ANSVARSTAGANDE.....	9
3.2 HISTORIK OCH FORSKNING.....	9
3.3 OM CSR.....	10
3.4 HÅLLBARHET.....	12
4. H&M – EN FALLSTUDIE.....	13
4.1 BAKGRUND.....	13
4.2 H&M:s HÅLLBARHETSARBETE.....	13
5. ANALYS.....	15
6. SLUTSATSER.....	22
7. KÄLLHÄNVISNING.....	24
BÖCKER.....	24
RAPPORTER.....	24
INTERNETSIDOR.....	24

1 Inledning

1.1 Syfte och frågeställning

Syftet med uppsatsen är att analysera hur H&M lever upp till de krav och förväntningar som finns på ett socialt ansvarstagande. Av intresse är att förstå hur H&M agerar för att legitimera sina mål, val och krav för sin verksamhet genom att undersöka företagets policydokument och rapportering. På detta sätt kan en bild ges av vilket ansvar ett stort internationellt företag måste ta, samt vilka skyldigheter de inte kan iläggas. Målet med uppsatsen är att använda information från teorin om CSR, till att sedan avgöra om H&M:s sätt att arbeta med socialt ansvarstagande når upp till den rådande norm, och om arbetet är fyller någon funktion. Frågeställningen lyder enligt följande:

Hur framstår H&M avseende socialt ansvarstagande vid tillämpning av CSR-teorin?

Vidare:

- Förmedlar H&M en tydlig hållbarhetsprofil?
- Hur går H&M tillväga för att framstå som ett ansvarstagande företag?

1.2 Förkortningar och begrepp

CSR – Corporate Social Responsibility

FN – Förenta Nationer

GRI – Global Reporting Initiative

H&M – Hennes & Mauritz AB

ISO 26000 – International Standardization Organization

UN – United Nations

Code of Conduct – Uppförandekod

Sustainability – Hållbarhet (socialt och miljömässigt)

Conscious – Samlingsbeteckning på HM:s arbete med hållbarhet

Socialt ansvar används synonymt med CSR för att skapa språklig variation.

Begreppen hållbarhetsrapport, rapport och hållbarhetsredovisning hänvisar till den rapport företag årligen presenterar, som grundlag för deras arbete med socialt ansvarstagande föregående år.

1.3 Material

Primärmaterialet för uppsatsen är de policydokument som utgör kärnan för H&M:s verksamhet, samt deras hållbarhetsrapport. Eftersom syftet är att utgå från H&M:s eget perspektiv har deras uppförandekod (Code of Conduct) och Human Rights Policy, samt deras egna rapport (Conscious Actions Sustainability Report) från 2011 använts för att spegla detta. Detta för att få fram en bild av hur H&M själva önskar att framstå, samt vilket ansvar de tar på sig, och vilket ansvar de för över på andra aktörer.

Som sekundärmaterial användes boken *CSR – En guide till företagets ansvar* av Tommy Borglund et al. Boken användes för att ge en inblick i den ledande normen inom CSR-teori. Boken valdes eftersom den speglar ett brett spektrum av teorin, samt är lämplig som en inledning till ämnet och teorin CSR.¹ Författarna har tillsammans

¹ T Borglund, H De Geer, M Frostenson, L Lerpold, S Nordbrand, E Sjöström, S Sweet, K Windell (2012) *CSR – en guide till företagets ansvar*, 1:a upplagan, Sanoma Utbildning AB, Stockholm, s. 10

lång erfarenhet av akademisk forskning inom området.² FN har också bidragit med information genom Global Compacts hemsida. Information är även hämtat från ISO:s och GRI:s hemsidor, för att komplettera med information om initiativ till socialt ansvarstagande.

1.4 Avgränsningar

Uppsatsen är avgränsad till teorin om CSR samt fallstudien av företaget H&M. Företaget har därmed en avgränsande funktion i denna uppsats, och representerar företag som är globalt verksamma med sin produktion och marknader. I denna uppsats ges inte utrymme för hur förhållanden ser ut i praktiken, förutom det som kommer fram genom H&M:s egna rapporter. Då uppsatsen har som syfte att undersöka hur företaget själv anser sig bära ansvar, är inte ”verkligheten” intressant, därför har inga externa granskningsrapporter om företaget använts. Att använda material som granskar H&M utifrån skulle även innebära långt mer arbete än vad som är inom ramen för en B-uppsats.

1.5 Källkritik

Att endast använda material producerat av det företag som granskas, kan ge upphov till ett resultat som ”styras” genom deras dokument. Det finns en risk för att innehållet i H&M:s dokument är vinklat på ett fördelaktigt sätt för företaget. Detta är dock syftet med uppsatsen; att analysera hur H&M självt, utifrån deras eget material, avgöra vad som är deras idéer om socialt ansvarstagande.

² Borglund (2012), s. 276

2 Teori och metod

2.1 Teori

Uppsatsen grundar sig i det teoretiska perspektivet om företagsansvar, där CSR är centrum för forskningen. CSR kan förklaras på olika sätt, därför ges utrymme i uppsatsen för att tydliggöra dess innebörd. Som teori spelar CSR en stor roll i uppsatsen, eftersom den hjälper till att förklara centrala begrepp samt vad det innebär att ta socialt ansvar som företag.

2.2 Metod

I uppsatsen har olika metoder använts för att analysera H&M:s ansvarstagande. Komparativ metod har använts för att jämföra företagets ansvarsformulering med CSR-teorin. Genom komparativ metod kan likheter och skillnader studeras, och används ofta inom fältet statsvetenskap för att se hur politiska fenomen förhåller sig till varandra. Komparativa studier kännetecknas av ett antagande om att det finns likheter eller skillnader.³ Eftersom företags sociala ansvarstagande i dag kan likna en politisk agenda, är denna metod lämplig även för denna studie.

För att gå närmare in på textinnehållet i primärmaterialet, har en innehållsanalys blandat med en idé- och ideologianalys använts. Innehållsanalys används båda av humanister och samhällsvetare, och med den kan man jämföra förekomsten av vissa element mellan texter. Exempelvis kan förändringar i förekomsten av termer betraktas som tecken på ideologiska förändringar. Metoden är lämplig för att undersöka förekomsten av vissa idé-typer och ideologier i exempelvis organisationers policymaterial.⁴ Det finns ingen given och allmänt erkänd indelning av idé- och ideologianalys.⁵ Eftersom det inte finns någon mall för idé-och ideologianalyser, får forskaren därmed stor frihet att utveckla en analysmetod som passar det övergripande

³ Thomas Denk (2002), *Komparativ Metod – förståelse genom jämförelse*, Studentlitteratur AB, Lund

⁴ Göran Bergström, Kristina Boréus (red.) (2012) *Textens mening och makt. Metodbok i samhällsvetenskaplig text- och diskursanalys*, 3:a upplagan, Studentlitteratur AB, Lund, s. 24

⁵ Bergström & Boréus (2012), s. 145

syftet. Precis som vid andra textanalytiska undersökningar måste valet av källor motiveras.⁶

2.3 Disposition

I kapitel 3 beskrivs CSR som teori för att ge en ökad insikt i de begrepp som sedan kommer användas genomgående i uppsatsen. Kapitel fyra ger en inblick i H&M:s arbete avseende socialt ansvarstagande och hållbarhet. Kapitel 5 jämför sedan hur företagets arbete förhåller sig till CSR-teorin.

⁶ Bergström & Boréus (2012), s. 173

3 Corporate Social Responsibility

3.1 Globalisering och ansvarstagande

Globalisering definieras av Nationalencyklopedin som en förändringsprocess, där stater och samhällen över hela jorden får ömsesidiga beroendeförhållanden.⁷ Enligt Tommy Borglund et al., författarna bakom *CSR – en guide till företagens ansvar*, leder globaliseringen samt ändrade kommunikationsmönster till att idéer om företags sociala ansvar flyter över landgränser. Således kan det även bidra till att påverka rådande normer och värderingar om vilken roll företag bör spela i samhället.⁸

Den svenska modellen för företag, var under 1980-talet tvungen att ge efter för intryck av den internationella utvecklingen. Under 1990-talet ändrades företagsstrukturen som följd av globaliseringen, samt Sveriges inträde i EU år 1995. Globalisering kan definieras på olika sätt, bland annat kan globalisering innebära att betydelsen av den geografiska lokaliseringen minskar, särskilt inom ekonomin. Kostnader, tillgång till arbetskraft, infrastrukturella förutsättningar och institutionella ramar kan bli mer betydelsefulla vid lokaliseringsbeslut. Den ekonomiska världskartan ritades om när länder började interagera på en mer öppen marknad.⁹ H&M är ett exempel på ett företag som lämnat en svensk, nationell modell för att lägga sin produktion utomlands.

3.2 Historik och forskning

Dow Votaw, en amerikansk forskare inom företagsekonomi, ska 1972 ha noterat att antal sidor skrivna om socialt ansvarstagande var nog till att fylla ett *mindre* bibliotek. Forskningen inom området har ökat, och i dag skulle det krävas ett *flertal* bibliotek för att rymma den litteratur som skrivits om CSR.¹⁰ Diskussioner om företags sociala ansvar har funnits långt innan dagens debatt; förutom Votaws uttalande finns litteratur redan från 1950-talet. I dag har CSR utvecklats till ett eget forskningsfält, med en akademisk bredd som innefattar en mängd olika inriktningar.¹¹

⁷ ”Globalisering”, Nationalencyklopedins internetupplaga, besökt 2013-03-14

⁸ Borglund et al. (2012), s. 18

⁹ Borglund et al. (2012), s. 55

¹⁰ Borglund et al. (2012), s. 12

¹¹ Borglund et al. (2012), s. 13

3.3 Om CSR

Begreppet CSR översätts på svenska till ”företagens sociala ansvar” eller ”företagens samhällsansvar”. Idén är att företag liksom andra organisationer har ansvar för hur de påverkar samhället och miljön i omgivningen.¹² Tommy Borglund et al. beskriver CSR på följande sätt: ”CSR relaterar företagets verksamhet till etiska värden vid sidan av de ekonomiska och definierar vad bolaget åtar sig utöver vad lagen kräver.”¹³ Ett CSR-åtagande är alltså ett uttryck för företagets grundläggande värderingar. Att förstå de moraliska val som ligger till grund för CSR är en förutsättning för att integrera ett social ansvarstagande i företagets strategiska beslutsfattande. Detta utgör även villkoret för CSR-engagemangets trovärdighet.¹⁴

Ansvarets etymologiska betydelse innebär – att svara an – och ta på sig ansvar gentemot någon. Dock så är själva definitionen på ansvar kontextuell, den måste avgöras och förstås i relation till det omgivande samhället. Därmed är inte ansvarsbegreppet statisk, utan det kan ske en ständig förflyttning av synen på företags ansvarsgränser.¹⁵ Företags beteenden och ansvarstaganden bestäms inte enbart genom statlig reglering, utan alltfler aktörer är med att formulera företagens ansvarsområden. Detta görs genom att ställa krav och utarbeta frivilliga normer. Staten reglerar inte samhället på egenhand, vilket Tommy Borglund et al. beskriver som en förskjutning från ”government” till ”governance”.¹⁶

Organisationer har gjort försök på att komma fram till gemensamma och jämförbara definitioner av CSR:s innebörd. En rad olika initiativ har tagits genom 2000-talet, för att skapa ett ramverk för ansvarstagande. EU-kommissionens breda definition på CSR uttrycker att CSR är ett frivilligt ansvar för att uppnå ett bättre samhälle och renare miljö.¹⁷ Global Compact är ett initiativ från FN som grundar sig i tio principer inom fyra områden; mänskliga rättigheter, arbetsrätt, miljö och anti-korruption. Global Compact önskar att företag ska stödja och anta dessa kärnvärden, i den utsträckning

¹² Borglund et al. (2012), s. 22

¹³ Borglund et al. (2012), s. 63

¹⁴ Borglund et al. (2012), s. 63

¹⁵ Borglund et al. (2012), s. 19

¹⁶ Borglund et al. (2012), s. 28

¹⁷ Borglund et al. (2012), s. 22-23

de har inflytande.¹⁸ Inom Global Compact har det även utarbetats riktlinjer, som H&M använder sig av. Riktlinjerna går under namnet ”Respect, Protect and Remedy” och ska hjälpa till att klargöra betydelsen av CSR i förhållande till mänskliga rättigheter. De har därför nära släktskap till princip nummer ett i Global Compact, som stipulerar att företag ska respektera skyddet av internationellt erkända mänskliga rättigheter.¹⁹

Förutom FN:s initiativ finns andra initiativ, som ofta refereras till i CSR-litteraturen. ISO 26000 erbjuder vägledning om hur företag kan agera med socialt ansvarstagande. Enligt ISO innebär det att vara etisk och transparent, på ett sätt som gynnar hälso-och välfärdssamhället. De betonar själv att de erbjuder vägledning snarare än krav, och att de därför inte kan användas som certifiering.²⁰ GRI är en ideell organisation som ägnar sig åt företagens hållbarhetsrapporteringar. De har formulerat sin uppgift till att göra hållbarhetsrapportering till praxis genom att ge stöd och vägledning till företagen.²¹ Enligt Borglund et al. har ovannämnda initiativ ett gemensamt syfte; att göra ansvar *jämförbart* och *granskningsbart*, de är endast normativa föreskrifter som ibland kan uppfattas som vaga. Det finns emellertid fördelar med vaga formuleringar av CSR; det ger en möjlighet till företag att anpassa sig efter nya situationer.²²

Legitimitet är ett av de främsta skälen till att företag väljer en CSR-profil, detta har visat sig genom forskning på området. Företagande handlar således lika mycket om att vara en accepterad och legitim del av omgivningen, som att göra ekonomisk vinning. Därför försöker företag att anpassa sig efter vad rådande normer och värderingar anger som önskvärt och lämpligt.²³ Förtroende och tillit blir därmed viktig för legitimiteten. Kommunikation, tillsammans med den öppenhet och transparens som de olika CSR-initiativen ovan erbjuder, är med på att styrka företagets förtroende och tillit.²⁴ Med H&M som exempel kan förtroende illustreras på följande sätt; kunden förtror H&M med tillit vid att köpa ett plagg, som kunden

¹⁸ ”Global Compact” hemsida, besökt 2013-03-14

¹⁹ ”Respect, Protect and Remedy” Global Compact hemsida, besökt 2013-03-14

²⁰ ”ISO 26000” hemsida, besökt 2013-03-14

²¹ ”GRI” hemsida, besökt 2013-03-14

²² Borglund et al. (2012), s. 24

²³ Borglund et al. (2012), s. 29

²⁴ Borglund et al. (2012), s. 45

antar har tillverkats under ”rättvisa” förhållanden. Vad händer om företagen vinner förtroende utan att förtjäna det?

3.4 Hållbarhet

Hållbarhet, eller ”sustainability”, är ett genomgående tema i H&M:s arbete med ansvarstagande, därför ges utrymme att utveckla betydelsen av begreppet nedan.

Hållbarhet som term används ofta för att beskriva hur samhällen och företag förhåller sig till naturresurser, men också social rättvisa och stabilitet.²⁵ *Hållbar utveckling* syftar på den utveckling som möter behoven som finns i nuet, utan att kompromissa möjligheten för kommande generationer att täcka sina behov.²⁶ Kritiken av företags aktiviteter har ökat i takt med att kunskapen om människans påverkningskraft på miljön blivit allt större. Traditionella företagsekonomiska modeller har haft svårt att möta de krav som finns i definitionen av hållbar utveckling; att ta ansvar för miljöförstöring som redan skett, samt att ta hänsyn till framtida generationers intressen och rättigheter.²⁷ Det är inte ovanligt att de företag som tidigare kritiserats för bristande socialt ansvar, är just de som går ”i bräschen” för CSR. Det är inte heller ovanligt att stora företag tar mest ansvar,²⁸ det kan tänkas vara en fråga om resurser.

Hållbarhetsansvar kan vara svårdefinierat, eftersom idén om tillräckligt ansvarstagande skapas i relation mellan människor; den bygger på förväntan, normer och regler. Ansvar har ett tätt förhållande till etiska frågor om rätt och fel, och företag tolkar olika; någon ser socialt ansvarstagande som att skadan på samhället ska *minimeras*, andra väljer se det som att företaget ska *maximera* positiv inverkan på samhället. Trots skilda tolkningar råder dock en konsensus om att socialt ansvar är frivilligt; det sträcker sig utöver vad som krävs enligt lagen.²⁹

²⁵ Borglund et al. (2012), s. 136

²⁶ Borglund et al. (2012), s. 139

²⁷ Borglund et al. (2012), s. 143

²⁸ Borglund et al. (2012), s. 12

²⁹ Borglund et al. (2012), s. 22

4 H&M – en fallstudie

4.1 Bakgrund

H&M, grundades 1947 av Erling Persson. Idag är företaget etablerat över hela världen, men har fortfarande sin bas i Sverige. Hennes & Mauritz AB omfattar även klädeskedjorna COS, Monki, Cheap Monday och Weekday. Mål om etik och hållbarhet har på senare år utökats, och företaget profilerar sig själv som ett företag som tar socialt och miljömässigt ansvar.³⁰

4.2 H&M:s hållbarhetsarbete

”Uppförandekoden” är det dokument som är grunden för hela H&M:s verksamhet. Den är ett policydokument, som H&M måste förhålla sig till; de förpliktar sig själv att uppfylla de krav som ställs upp i dokumentet. Dokumentet innehåller en tydlig uppdelning med olika delar som har olika fokus och rubriker; inledning, rättsliga krav, barnarbete, hälsa och säkerhet, arbetstagarnas rättigheter och löner, boendeförhållanden, miljö, systemtänkande, samt inspektioner och efterlevnad. Uppförandekoden äger sin giltighet på engelska, eftersom den är upprättad på detta språk, men det finns även översättningar till en rad olika språk.³¹

H&M har valt att använda ordet ”Conscious” – medveten – som en samlad beteckning för allt arbete H&M gör för att erbjuda hållbart mode. Ekonomisk, social och miljömässig hållbarhet är vad H&M försöker arbeta för. För att nå sina mål, har företaget satt upp sju åtaganden:³²

1. Erbjud mode för ”conscious”-kunder
2. Välja och belöna ansvarstagande partners
3. Vara etiska
4. Klimat-smarta
5. Reducera, återanvända, recirkulera
6. Använda naturresurser på ansvarsfullt sätt
7. Styrka samhällen

³⁰ ”Facts about H&M” H&M:s hemsida, besökt 2013-03-14

³¹ ”Code of Conduct” H&M:s hemsida, besökt 2013-03-14

³² H&M. *Conscious Actions Sustainability Report 2011*. s. 4

Årligen producerar H&M en hållbarhetsrapport – Conscious Actions Sustainability Report – vars syfte är att redogöra företagets handlingar och program inom hållbarhet. Rapporten ska även täcka framstegen som görs i att få verksamheten och produkterna mer hållbara. H&M har undertecknat FN:s initiativ Global Compact, och hållbarhetsrapporten fungerar även som deras kommunikation om framsteg. Företaget använder sig av GRI:s riktlinjer för hållbarhetsrapportering. H&M:s avslöjande nivå mot GRI:s riktlinjer är B (självdeklarerat).³³ Att H&M:s hållbarhetsrapport är självgranskande är viktigt att ha i åtanke.

H&M har även utarbetat flertalet policys för att komplettera de starka värderingar de anser företaget står för och arbetar med. Policyerna står beskrivna på deras hemsida, och har även en länk till hållbarhetsrapporten, så läsaren lätt kan navigera sig fram till hur policyerna följs upp. I mars 2013 hade H&M följande policys:³⁴

1. Sustainability Policy
2. Code of Conduct
3. Code of Ethics
4. Chemical Restrictions
5. Product Policy
6. Human Rights Policy
7. Home Working
8. Framework agreement with Union Network International
9. Diversity Policy
10. Discrimination and Equality Policy
11. Harassment Policy

³³ ”How we report” H&M:s hemsida, besökt 2013-03-14

³⁴ ”Our Policys”, H&M:s hemsida, besökt 2013-03-14

5 Analys

I detta kapitel analyseras element från hämtat från primärmaterialet. Först problematiseras uppförandekoden, därefter policyn om mänskliga rättigheter. Avslutningsvis analyseras hållbarhetsrapporten från 2011, som enligt H&M ska redogöra för hur hållbarhetsansvaret har fungerat det året. Syftet är att jämföra H&M med CSR-teorin, för att se hur de lever upp till den rådande norm om ansvarstagande.

Uppförandekod

”H&M:s affärsidé är att erbjuda mode och kvalitet till bästa pris. Kvalitet handlar bland annat om att våra produkter ska tillverkas på ett sätt som är miljömässigt och socialt hållbart. Vi har ett ansvar gentemot alla som bidrar till att göra H&M till ett framgångsrikt företag.”³⁵

Det ovanstående citatet förmedlar H&M:s affärsidé, det är denna de bygger sitt företag på. Det görs en stipulativ definition av vad som anses vara ”kvalitet”, eftersom deras definition avviker mer eller mindre vad som är normen. Citatet är även intressant avseende vem som bidrar till H&M:s framgångar. ”Alla”, blir i denna situation vagt, och leder till att det verkar som de tar ett stort ansvar. Enligt CSR-teorin finns en risk att socialt ansvarstagande endast fungerar som reklam, om det inte genomsyrar hela företaget på olika nivåer, däribland deras affärsidé.³⁶ Eftersom H&M:s affärsidé är att erbjuda mode och kvalitet till bästa pris, det vill säga billigt, kan det vara svårt att förena med ett hållbarhetsperspektiv, där det behövs resurser till ansvarstagande. Det är inte ett mål att produkterna ska kosta så lite som möjligt.

Enligt uppförandekoden är leverantörer och övriga affärspartners skyldiga att informera sina underleverantörer om H&M:s uppförandekod och hemarbetspolicy; ”De ska också se till att dessa följs på samtliga fabriker och andra arbetsplatser där man tillverkar, färdigställer, packar eller på annat sätt hanterar varor eller utför tjänster för H&M:s räkning.”³⁷

”De ska också se till...” kan ses som att H&M här avskriver sig detta ansvar, och lägger det på sina leverantörer. Om det skulle upptäckas en brist på någon av H&M:s

³⁵ ”Code of Conduct” H&M:s hemsida, besökt 2013-03-14

³⁶ Borglund et al. (2012), s. 83

³⁷ ”Code of Conduct” H&M:s hemsida, besökt 2013-03-14

fabriker, skulle H&M kunna lägga skulden på den leverantör som underlåtit att informera om H&M:s uppförandekod. Då är det istället leverantörens bristande handling som har fått följden att en producent har brutit mot H&M:s regler i koden. H&M nämns av CSR-boken som ett exempel på ett företag som anger att uppförandekoden ska gälla hela kedjan, det vill säga även underleverantörer som inte är direkta avtalsparter för H&M.³⁸

I uppförandekoden ställer H&M en rad olika krav på sig själv, leverantörer och underleverantörer. Företaget uttrycker att de flesta av deras krav bygger på ”internationellt vedertagna standarder som FN:s allmänna deklaration om de mänskliga rättigheterna, FN-konventionen om barns rättigheter och tillämpliga ILO-konventioner, samt lagstiftningen i enskilda länder.”³⁹ Det är intressant att H&M väljer att grunda kraven på dessa konventioner. Det uppges inte *vilka* av kraven som bygger på *vilken* konvention, och det finns inte någon hänvisning till specifika artiklar i de nämnda konventionerna. Vad H&M grundar sina krav och värderingar i ger alltså upphov till frågor; eftersom det endast är som stater kan skriva under på och förplikta sig till FN:s konventioner, och H&M inte är en stat, hur kan de då argumentera för att de använder dessa konventioner? De har ingen skyldighet att göra det som ett företag, gör de det endast för att det ska se bra ut på pappret? Ett möjligt sätt att resonera sig fram till ett svar, skulle kunna vara vid att göra en extensiv tolkning av H&M:s argument. De nämner ”internationellt vedertagna standarder”, vilket troligen betyder att de syftar på de *moraliska värden*, som konventionerna förmedlar. I sådana fall skulle en mer explicit formulering leda till att läsaren av H&M:s uppförandekod tydligare kan förstå vad H&M syftar på. Risken vid att formulera sig vagt i ett viktigt dokument, kan vara att läsaren vilseleds till att tro att H&M tar på sig ett annat ansvar än vad de faktiskt gör eller har möjlighet till i verkligheten.

H&M säger även att uppförandekodens krav bygger på lagstiftningen i enskilda länder. Hur det i så fall går till, när det finns så många olika lagstiftningar bland H&M:s produktionsländer, är svårt att förstå. De nämner dock senare, under deras rättsliga krav, att den stat eller territorium där uppförandekoden strider mot den

³⁸ Borglund et al. (2012), s. 186

³⁹ ”Code of Conduct” H&M:s hemsida, besökt 2013-03-14

nationella lagstiftningen, måste uppförandekoden ge vika för denna.⁴⁰ Denna princip är med på att respektera staters suveränitet. Lagen har således alltid företräde. Detta är både problematiskt och intressant; H&M kan på lik linje med andra aktörer som stater *inte* kränka en stats suveränitet. Där som H&M:s uppförandekod skulle gått in och tagit över för den nationella lagstiftningen, skulle det kunna ses som en post-kolonialistisk hållning gentemot andra kulturer och stater. Det finns även negativa följder vid att den nationella lagstiftningen går före uppförandekoden; den tappar sin auktoritet, och fyller ingen funktion; när den inte är gällande för de som inte skyddas genom nationell lagstiftning. Vidare säger H&M att deras krav i vissa fall kan sträcka sig längre än den nationella lagstiftningen.⁴¹ Vilka krav som kan tänkas sträcka sig längre beskrivs inte, och H&M ger därmed en vag bild av vad deras ståndpunkt egentligen är.

Vad H&M försöker säga är att i det land den nationella lagstiftningen inte efterlever uppförandekoden, där ska *inte* H&M inleda avtal om produktion. Varför de då har tillverkning i Kina, som de i hållbarhetsrapporten erkänner inte har någon lagstadgad rätt till föreningsfrihet,⁴² kvarstår som en fråga.

Human Rights Policy

H&M skriver om sin policy gällande mänskliga rättigheter att de erkänner att stater har plikten att *skydda* mänskliga rättigheter, medan företag har skyldigheten att *respektera* dem. Vidare skriver H&M igen att de grundar sig på de internationella konventioner som tar för sig mänskliga rättigheter.⁴³ Tommy Borglund et al. anser att företagen kan bestämma sig för att på egen hand leva upp till konventionernas ambitioner. Det finns dock en risk att ambitionen kan uppfattas som en överlägsenhet, storebrorsattityd, opåkallad moralism eller imperialistisk kvarleva.⁴⁴ Multinationella företag har i ökad utsträckning börjat utföra uppgifter som tidigare sköttes av statliga aktörer. Flera studier beskriver hur företag mer eller mindre agerar som polis, och ser till att lagar följs, och internationella normer respekteras i länder där staten brister i att

⁴⁰ ”Code of Conduct” H&M:s hemsida, besökt 2013-03-14

⁴¹ ”Code of Conduct” H&M:s hemsida, besökt 2013-03-14

⁴² H&M. *Conscious Actions Sustainability Report 2011*. s. 33

⁴³ ”Human Rights Policy” H&M:s hemsida, besökt 2013-03-14

⁴⁴ Borglund et al. (2012), s. 48

genomföra sitt arbete, eller saknar resurser.⁴⁵ Vart går då gränsen för vem som är skyldig till vad? Företag ska inte stå i vägen för demokratiska processer på lokal nivå. Företagen förväntas istället ta ansvar för de effekter som egna aktiviteter, relationer och beslut resulterar i. Detta ska företagen göra oberoende av staternas vilja eller förmåga att ta sitt ansvar. Uttryck för ett sådant ansvarstagande ges exempelvis i FN:s ”Respect, Protect & Remedy” och ISO 26000. Med andra ord kan man alltså säga att företagets ansvar inte på något sätt minskar staternas skyldigheter.⁴⁶

H&M säger sig själva prioritera att arbeta med frågor om mänskliga rättigheter som är relaterade till arbetsförhållanden. I tillägg är företagets fokusområden kvinnors rättigheter, samt rätten till vatten, eftersom de enligt H&M är av särskilt betydelse för deras industri. Vidare erkänner H&M att andra mänskliga rättigheter kan komma till att bli större prioriteringar över tid, och att de därför löpande granskar sina fokusområden.⁴⁷ Det är intressant att H&M väljer att se på mänskliga rättigheter som något som kan förändras över tid. Om hållbarhetsarbetet fungerar, så vill vissa behov uppfyllas, och då kan fokuset gå över till ett annat område där mänskliga rättigheter behöver respekteras. På så sätt blir inte mänskliga rättigheter stående som någon absolut sanning, som inte kan utvecklas eller ändras på. Det passar även bra in med teorin om CSR, som säger att ansvarsbegreppet inte är statisk, utan företagen anpassar sig ständigt efter kontexten.⁴⁸

H&M anger att de arbetar ”due dilligence” med mänskliga rättigheter, det vill säga, i förebyggande syfte.⁴⁹ Ramverken ISO 26000 samt FN:s ”Protect, Respect and Remedy” rekommenderar företag att agera med *skälig försiktighet*, även när de fattar beslut om affärsrelationer. Således kan det ses som en förebyggande process, där man försöker undvika och mildra negativ påverkan på människor och miljö.⁵⁰

Conscious Actions Sustainability Report 2011

⁴⁵ Borglund et al. (2012), s. 200

⁴⁶ Borglund et al. (2012), s. 200

⁴⁷ ”Human Rights Policy” H&M:s hemsida, besökt 2013-03-14

⁴⁸ Borglund et al. (2012), s. 19

⁴⁹ ”Human Rights Policy” H&M:s hemsida, besökt 2013-03-14

⁵⁰ ”Respect, Protect and Remedy” Global Compacts hemsida, besökt 2013-03-14

Rapporten tar för sig tidsperioden 1 december 2010 – 30 november 2011 och publicerades i april 2012.⁵¹

Från ett perspektiv om mänskliga rättigheter är H&M:s åtagande nummer två; ”att välja och belöna ansvarstagande partners” intressant att se närmare på. Företaget erkänner i rapporten att textilproduktion ofta läggs till länder där brott mot mänskliga rättigheter är en risk, och miljömedvetenhet är mindre utvecklad. Eftersom respekt för människor och miljö representerar H&M:s värden, önskar de att påverka positivt genom leverantörskedjan.⁵² De har även en regel om att endast leverantörer som signerar uppförandekoden får producera för H&M, oavsett vilket pris de erbjuder. Nya leverantörer måste uppfylla minimikraven i uppförandekoden, och även visa en vilja att förbättra sig.⁵³

H&M säger i rapporten att de har gått bort från regeln om att bristande efterlevnad av uppförandekoden leder till omedelbart avslag av leverantörer. De har istället gått över till mer långsiktiga relationer där det läggs fokus på utbildning.⁵⁴ H&M:s satsning är i linje med vad som anses vara en god lösning enligt CSR-teorin. I den akademiska litteraturen uttrycks tvivel mot krav och kontroll som enda hållbarhetsstrategi. Istället finns ett behov av kunskapsöverföring, samt en gemensam förståelse av mänskliga rättigheter. För att uppnå detta krävs långsiktiga relationer.⁵⁵ H&M hänvisar i sin rapport till att nya partners hade sämre hållbarhetsprestation än långvariga, och att detta visar tecken på en förbättring.⁵⁶ Utvecklingen av ett nytt system för att märka partners på, är en del av H&M:s strategi för långsiktiga affärsrelationer. Långsiktiga partners märks med ”platina” eller ”guld”, eftersom de delar H&M:s värderingar och mål om hållbarhet. Det blir gynnsamt båda för H&M och leverantörerna, som till exempel kan säkra en stabil verksamhet upp till fem år framöver. Vid slutet av 2011 hade 150 av 740 leverantörer märkningen ”platina” eller ”guld”. Tillsammans utgjorde de 58 % av H&M:s totala produktion.⁵⁷

⁵¹ ”How we Report” H&M:s hemsida, besökt 2013-03-14

⁵² H&M. *Conscious Actions Sustainability Report 2011*. s. 27

⁵³ H&M. *Conscious Actions Sustainability Report 2011*. s. 28

⁵⁴ H&M. *Conscious Actions Sustainability Report 2011*. s. 28

⁵⁵ Borglund et al. (2012), s. 195-196

⁵⁶ H&M. *Conscious Actions Sustainability Report 2011*. s. 28

⁵⁷ H&M. *Conscious Actions Sustainability Report 2011*. s. 30

Föreningsfrihet är en mänsklig rättighet som är central för H&M:s verksamhet, eftersom den berör rätten att organisera sig och klaga på dåliga arbetsförhållanden eller låga löner. I rapporten beskrivs det hur H&M arbetat med denna rättighet år 2011. Nivån av uppfyllande gällande arbetares grundläggande rättigheter har historiskt sett varit höga enligt de frågeformulär H&M använt sig utav. Dock så erkänner de att det kan vara svårt att upptäcka bristande efterlevnad, och har därför gjort ändringar i hur frågorna formuleras. Istället för att fråga om arbetarnas föreningsfrihet *respekteras*, mäts nu hur många fackföreningar som *faktiskt* är på plats. Även ifall detta leder till att diagrammen på efterlevnad ser sämre ut, föredrar H&M sanningen, samt att få veta om det verkliga förbättringar.⁵⁸ Att det inte är tillåtet med demokratiska fackföreningar i Kina nämns både i H&M:s rapport⁵⁹ och av Tommy Borglund et al. Tilltag som utbildning enligt nationell lagstiftning kan inte ersätta föreningsfriheten. Den kan dock bidra till ökat medinflytande för de anställda.⁶⁰ H&M:s åtgärd med att ändra sitt frågeformulär för att få fram sanningen, kan således anses vara ett positivt agerande.

Vem ska läsa H&M:s hållbarhetsredovisning? Borglund et.al., förklarar att det ofta råder en oklarhet i vem som är målgruppen för hållbarhetsredovisningen; aktieanalytiker, NGO:er eller kunder. Är den menad för experter eller är syftet att informera samhället? Det kan vara lockande för företag att använda vaga formuleringar för att måla en bild av ett ansvarsfullt företag, och det blir sedan svårt att bevisa hur detta görs i praktiken. Risken finns att företag då bearbetar de problem som är mätbara, istället för de viktigaste.⁶¹

”Cherry-picking” är att välja ut de sociala och miljömässiga data som är positiva, och underlåta lyfta fram känsliga och negativa frågor i en hållbarhetsrapport. Ett sätt att motverka detta är att använda sig av GRI, eftersom man då kan jämföras med andra företag som använder GRI:s riktlinjer och på så sätt styrka trovärdigheten i

⁵⁸ H&M. *Conscious Actions Sustainability Report 2011*. s. 33

⁵⁹ H&M. *Conscious Actions Sustainability Report 2011*. s. 33

⁶⁰ Borglund et al. (2012), s. 197

⁶¹ Borglund et al. (2012), s. 265

redovisningen. Följande punkter sammanfattar vad en hållbarhetsredovisning borde innehålla enligt Tommy Borglund et al.⁶²

- Autentisk – beskriva verkligheten
- Väsentlig – innehålla det som de intresserade vill veta
- Balanserad – både positivt och negativ
- Jämförbar – med andra företag
- Verifierad – av tredje part såsom en revisorbyrå

En trovärdig redovisning måste alltså innehålla båda kritik och ros, samt informera om både risker och möjligheter. Först då kan läsaren få en autentisk bild, och göra en självständig bedömning.⁶³ H&M:s hållbarhetsrapport är jämförbar med andra företag genom GRI, och de har även en tredje part - deras revisorer – som verifierar rapporten.⁶⁴ Det är svårt som läsare att veta om den är autentisk samt om den är väsentlig, eftersom det inte uttrycks vilka som är H&M:s målgrupp i rapporten. Innehållet upplevs även som övervägande positivt, och tar inte upp speciellt känsliga frågor eller negativa händelser.

⁶² Borglund et al. (2012), s. 266

⁶³ Borglund et al. (2012), s. 265

⁶⁴ "How we Report" H&M:s hemsida, besökt 2013-03-14

6 Slutsatser

Vid den komparativa studien av H&M och CSR-teorin, har jag kommit fram till att de i stor grad lever upp till de förväntningar som uttrycks genom CSR-teorin. De förmedlar ett tydligt CSR-engagemang genom sin hemsida. Informationen är lättillgänglig, och företaget upplevs som transparent. Det finns dock en del problem med H&M:s ansvarstagande, som inte upptäcks vid första anblick; uppförandekoden hänvisar visserligen till relevanta konventioner som skyddar mänskliga rättigheter, och arbetarnas rättigheter. Det saknas dock en mer konkret hantering av relevanta artiklar i de angivna konventionerna, för att påvisa och styrka H&M:s legitimering och ansvarstagande. Genom att hänvisa till hela konventioner, istället för specifika artiklar, blir det svårt för läsaren att orientera sig i vad konventionerna *faktiskt* säger, och vilket ansvar som H&M åtar sig. Om uppförandekoden är menad för och riktad mot konsumenter, vill den bli för omfattande och oöverskådlig att sätta sig in i. Vänder den sig istället till kunniga inom området mänskliga rättigheter, kan den vara mer användbar.

Undersökning och analys har visat att H&M ofta använder sig av vaga formuleringar, för att ge sken av att vara ett ansvarsfullt företag. Om detta är medvetet är svårt att avgöra, men det medför onekligen att frågetecken uppstår.

Man får inte bortse från att det inte är helt okomplicerat att bedriva ett multinationellt företag av H&M:s storlek. Man kan alltså ställa sig frågan hur många av företagen i storleksordning med H&M som lyckas ha en totalt prickfri verksamhet. Det kan även vara problematisk att företag tar för mycket ansvar, det får inte gå ut över staters suveränitet.

Jag saknar tydligare anspråk på mänskliga rättigheter i CSR-litteraturen. De olika initiativ som tagits av bland annat FN, GRI och ISO uttrycker en tätare koppling till mänskliga rättigheter, som inte återfinns i litteraturen om CSR. Den fokuserar huvudsakligen på företagen, och speglar således inte alltid bilden av de problemområden som kan finnas hos underleverantörer och fabriker i utvecklingsländer.

H&M får ofta kritik för att inte ta tillräckligt med ansvar, och kritikerna ser gärna att problemen löses inom kort. Uppsatsen har försökt belysa att H&M arbetar långsiktigt. Frågan om vad som behövs för att få till ett mer hållbart samhälle kvarstår. Är kritiken mot H&M befogad? Kanske är långsiktigt handlande det som ska till för att få en hållbar förändring?

Det hade varit intressant att veta huruvida de framsteg som beskrivs i hållbarhetsrapporten gäller endast för H&M, eller om de har gjorts i ett av deras dotterbolag, som till exempel Monki. Är till exempel konsumenter klara över att dessa också ingår i H&M:s koncern?

Denna uppsats om H&M bör inte enbart ses som en kritik av företagets agerande. De positiva åtgärder H&M lyckats genomföra, förtjänar att lyftas fram. H&M är trots allt en aktör som är med på att demokratisera modet, och göra det mer tillgängligt för alla människor. Det kan dock diskuteras vem som får betala priset för de billiga kläderna, och om vi konsumenter verkligen borde sträva efter att kunna handla så billiga kläder som möjligt. Det kan uppenbarligen riskera att gå på bekostnad av socialt ansvarstagande och i förlängningen mänskliga rättigheter. En kontinuerlig diskussion är således nyttig för en hållbar situation. Kanske vi i framtiden måste vara beredda på att betala ett lite högre pris, för att mänskliga rättigheter ska respekteras?

7 Källhänvisning

Böcker

T Borglund, H De Geer, M Frostenson, L Lerpold, S Nordbrand, E Sjöström, S Sweet, K Windell (2012) *CSR – en guide till företagens ansvar*, 1:a upplagan, Sanoma Utbildning AB, Stockholm

Göran Bergström, Kristina Boréus (red.) (2012) *Textens mening och makt. Metodbok i samhällsvetenskaplig text- och diskursanalys*, 3:a upplagan, Studentlitteratur AB, Lund

Thomas Denk (2002), *Komparativ Metod – förståelse genom jämförelse*, Studentlitteratur AB, Lund

Rapporter

H&M. *Conscious Actions Sustainability Report 2011*. pp. 1-87

Internetsidor

Samtliga sidor är besökta senast 2013-03-14

How we report, H&M:s hemsida.

<http://about.hm.com/content/hm/AboutSection/sv/About/Sustainability/Reporting-and-Resources/How-We-Report.html>

Code of Conduct, H&M:s hemsida.

http://about.hm.com/content/dam/hm/about/documents/sv/CSR/codeofconduct/Code%20of%20Conduct_sv.pdf

Strategy, H&M:s hemsida.

<http://about.hm.com/content/hm/AboutSection/sv/About/Sustainability/HMConscious/Strategy.html#cm-menu>

Facts about H&M, H&M:s hemsida.

<http://about.hm.com/content/hm/AboutSection/sv/About/Facts-About-HM.html>

Our policies, H&M:s hemsida.

<http://about.hm.com/content/hm/AboutSection/sv/About/Sustainability/Reporting-and-Resources/Policies.html#cm-menu>

Global Compact

<http://www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/TheTenPrinciples/index.html>

Respect, Protect and Remedy, Global Compact

http://www.unglobalcompact.org/Issues/human_rights/The_UN_SRSG_and_the_UN_Global_Compact.html

Globalisering, Nationalencyklopedins internetupplaga.

www.ne.se/globalisering

GRI

<https://www.globalreporting.org/information/about-gri/Pages/default.aspx>

ISO 26000

<http://www.iso.org/iso/home/standards/iso26000.htm>