

Reseberättelse CSR-konferens

Berlin 22-24 september 2010

Onsdag 22/9

Tidig uppstigning för att hinna med morgonflyget till Berlin. Konferensen startar först på eftermiddagen, och jag hinner checka in på hotellet och promenera till Humboldt-Universität som ligger längs Unter den Linden i centrala Berlin. Historiens vingslag känns när moderatorn berättar att Albert Einstein och Karl Marx föreläst här. Idag är det företagsledare, politiker, frivilligorganisationer, studenter och journalister som samlats för att tala om hållbar utveckling, eller CSR rättare sagt. CSR står för Corporate Social Responsibility och utgår från företagen som samhällsaktörer.

Mitt mål är att hitta så mycket information som möjligt om kommunikation av CSR. Hur kommunicerar företagen sitt CSR-arbete och hur rapporterar vi journalister?

Idag handlar de två paneldebatterna dock om CSR i stort och om dilemmat när företagsledare pressas av aktieägare å ena sidan och "samhället" å andra sidan. Tidigare såg man ofta aktieägarna som de som vill pressa fram stora ekonomiska vinster i motsats till "samhället" som kräver schyssta arbetsvillkor och ibland dyra miljöåtgärder. Det nya sättet att tänka är att schysst företagande lönar sig – både i goodwill och reda pengar.

Konferensen är slut 19.00 och efter promenaden tillbaka till hotellet kraschar jag med en kasse full av konferensmaterial att läsa.

Torsdag 23/9

Förmiddagen startar med två föreläsningar och en paneldebatt. Vi är alla samlade i den stora aulan i Humboldt-Universität och lyssnar först på amerikanen Geoffrey Heal som myntar uttrycket "doing well by doing good". Tanken med CSR är ju att företag ska spara/tjäna pengar på att vara schyssta arbetsgivare och undvika att vara miljöbovar. Medryckande föreläsning av guru på temat.

Nästa föreläsare Robert A Phillips talar på temat etik och nätverkande. En intressant passus i hans föreläsning handlar om företagsledare som förnekar kännedom om oegentligheter inom den egna organisationen. De hävdar ofta att "de inte visste något". En hållning som försvåras av de nya sätten att kommunicera via sociala media, där informationsvägarna är snabba och obyråkratiska.

Paneldebatten handlar om frivilligorganisationernas samarbete och/eller konflikter med företagen. En av ledarna inom Greenpeace har mycket tänkvärt att säga. Bland annat ställer han begreppen på ända genom att efterlysa hårdare granskning av frivilligorganisationerna, som ofta undkommer mediernas granskning bara genom att vara just frivilligorganisationer. Media tenderar att räkna med att frivilligorganisationerna är "the good guys". Nu kan även frivilligorganisationer certifieras, eller åtminstone rapportera sina resultat enligt en standard, så att de går att jämföra med andra.

Även här poängteras nyttan av sociala medier. Relativt få unga engagerar sig i organisationer, men de är lätta att mobilisera för särskilda events, inte sällan

via Facebook eller liknande, särskilt om de verkligen förstår nyttan med aktionen. Detta får mig att tänka på 17-åriga Felicia som samlade 10 000 personer i en manifestation på Sergels Torg mot Sverigedemokraterna dagen efter valet.

Dagen fortsätter med lunch och sedan vidare transport till Berlins politiska centrum. Eftermiddagens "break out sessions" äger rum i Paul-Löbe-Haus som annars är hemvist för riksdagens utskott. Det finns 5-6 olika salar/teman att välja bland och det är tre omgångar efter varandra.

Eftermiddagen börjar med det tema som lockat mig till Berlin från första början: Kommunikation av CSR och hållbar utveckling. Här lanseras teorin att fokus flyttats från företagen till konsumenterna. Tidigare var det företagen som tillsammans med sina byråer satte agendan för vad deras reklamkampanjer skulle innehålla och vilken image som skulle kommuniceras till konsumenterna via media. Idag läggs både ansvar och mandat på konsumenterna. Ett exempel är Volkswagens kampanj: "Know more. Use less. Think blue". En ren uppmaning till konsumenterna att köra mindre men också mer energisnålt. Men man använder också unga som rådgivare när det gäller att lista ut varåt vindarna blåser.

Man diskuterade också "greenwashing" som innebär att vissa företag bara kommunicerar sina goda intentioner utan att skapa så mycket åtgärder. Tanken är förstås annars att de ska göra bra saker och kommunicera dem efteråt...

Nästa break out session är oväntat bra! Rubriken är kort och gott "CSR och sociala media" och vi får bland annat träffa en ung, driven entreprenör som använder sociala media, inklusive en nyskapad plattform på nätet, för att kommunicera CSR-frågor. Bland annat har man listat de 250 företag som är högst rankade när det gäller att bedriva "schysst verksamhet". Dessa rapporterar årligen sina åtgärder via det gemensamma systemet GRI som gör hållbarhetsarbetet mätbart. Med en iPhone-app kan man stå i New York och till exempel skriva ordet kaffe. Då dyker den närmaste men också den högst rankade kaffekedjan upp, så att man som konsument kan göra ett aktivt val genom att promenera ett kvarter längre bort för att dricka kaffe.

Den sista sessionen för dagen handlar om just mätbarhet men jag måste erkänna att den är för akademisk för att jag ska ha behållning av den. Intressant att notera dock att det forskas mycket på temat CSR och hur man kan tvätta bort "flumstämpeln" genom att skapa verktyg för mätning. När det gäller miljödelen (CSR handlar om både sociala frågor och miljöfrågor) är det ganska lätt att mäta framgång, både eftersom miljö har diskuterats mer och för att det finns saker att mäta, koldioxidutsläpp till exempel. När de gäller ekonomiska vinster eller effektivitetsvinster är det svårare att bedöma vad sociala insatser ger.

Dagen som började 08.30 slutar alltså inte förrän 19.00. Härligt med mycket information men hjärnan är ganska fullmatad när dagen är slut...

Fredag 24/9

Idag startar dagen på Humbolt-Universitét med en paneldebatt om sociala företag och socialt entreprenörskap. Det är spännande att lyssna till personer

som satsar på hjälp till självhjälp i stället för ren välgörenhet. Tanken är att driva sociala projekt i företagsform så att de kan leva vidare efter projekttidens slut. Jag fick många reportageidéer, bland annat av en bosnisk man som hjälpt människor på landbygden att starta produktion av biodynamisk honung. När de behövde utöka verksamheten undvek de att effektivisera odlingen på samma plats. För att skapa jobb åt fler och på fler platser flyttade man i stället bin till andra orter och odlade blommor som behövdes för att de skulle trivas där.

Den andra paneldebatten handlar om ansvarsfullt ledarskap inom utbildningsväsendet. Här talar man mycket om metoder för att fånga unga studenter och få dem att förstå vinsten med hållbarhet och CSR. Den samlade panelen är överens om att det handlar om att gå bortom det kognitiva, att tala till känslan hos studenterna. Ett tänkande jag särskilt känner igen från den TV-journalistik jag arbetat med. Med bildens hjälp och med berättelser ur verkliga livet är det lättare att nå hjärtat och magen och inte bara hjärnan hos mottagarna.

Åter transporterar vi till Paul-Löbe-Haus och Berlins politiska centrum. Den näst sista break out session som ges på konferensen handlar om hur man skapar en CSR-process som fungerar. Två aktörer inom detaljhandeln är med som exempel: en spansk kedja shoppingcenter och butikskedjan Metro. Båda förespråkar öppenhet som gör att konsumenten själv kan välja. Det kan till exempel synas på fiskförpackningen vem som fiskat fisken, vad hans båt heter och var den finns. Det ska framgå hur stor klimatpåverkan varit och så vidare.

Konferensens absolut sista programpunkt för min del blir en break out session om CSR-situationen i Afrika. I panelen sitter en bror till Sydafrikas förre president Mbeke och fokus hamnar på hans tankar om hållbar utveckling i Afrika. I västvärlden handlar CSR om det ansvar som går bortom det lagstiftade. I de afrikanska länderna är lagarna kring socialt och miljömässigt ansvar få och man är ganska dålig på att följa dem som finns. Därför är CSR fortfarande ett outvecklat ämne. Mbeke menar att det är svårt att tala företagsansvar när den största delen av Afrikas ekonomi fortfarande bygger på familj jordbruk. De utländska företagen som etablerar sig bör dock hålla samma standard i Afrika som i hemlandet. En självklarhet kan tyckas, men långt från sanningen idag.

Jag är tacksam för möjligheten att åka på konferens om CSR med syfte att fördjupa mig i kommunikation av CSR och hållbar utveckling. Jag är också tacksam över att det var möjligt att skjuta upp resan ett år. Informationen kommer att hjälpa mig i mina framtida uppdrag som journalist! Tack än en gång för ert bidrag och för att det gick att skjuta upp resan tills min son blivit gammal nog att vara kvar hemma!

Med vänliga hälsningar,
Helene Klasson

