

Privatisering av profitt og sosialisering av ansvar, samfunnsansvar i praksis.

BE320E

Lena Mjøvik

Masteroppgave

Privatisering av profitt og sosialisering av ansvar, samfunnsansvar i praksis.

BE320E

Lena Mjøvik

Abstract

The latest finance crisis has affected business in the whole world. The cry for government aid has been heard from crisis struck companies around the globe. Billions of dollars, Euros and yen has been given to the financial sector trying to stabilize the market.

This massive government support has been criticized mostly by conservatives, liberals and free-markets supporters. Government funding threatens the free market forces because the state becomes a major regulator in the market, and may give it more control over business and companies. Argued from the opposite view, the goal is to regulate the market in a way that avoids negative long-term consequences for people and society. In the history of Corporate Social Responsibility we find that state regulation has always been parts in making business take responsibility for society.

Globalization and international trade have made companies and international associations more and more powerful and influential. With power come responsibility, and the demand for CSR has been growing the last decade. The green revolution the Fair Trade movement and other ecological initiatives have been leading the way. Now the world is facing difficult economical times and this gives the financial sector a chance to take responsibility.

The debate on CSR is about the content of the concept. Where shall the limits of the corporation responsibility for the society be drawn, and who shall have the power to define it, the corporation or the society? Shall it be like the well known Friedman quote "The business of business is business", or should a corporation take societies needs and demands as serious as it own interests.

DnB NOR is one of Norway's biggest financial institutions, and has an outspoken strategy on CSR. I have investigated how their action during this period of crisis is interpreted in the public debate. I have used media as main source, and analyzed three different cases which gave the bank massive negative critique

The thesis show also how the many different definitions and perspective makes both the academic and public debate diffused. This has also an affect on how the business is defining their CSR, and ours expectations to the concept.

Forord

Tittelen på oppgaven er hentet fra en uttalelse Bill Clinton kom med i tv-showet Saturday Night live show i forbindelse med den økonomiske krisen som hadde rammet USA i 2008. Diskusjonene rundt statlige tiltak for å avhjelpe bedrifter og enkeltmennesker i de vanskelige tidene var svært opphetet. Påstanden fanget min oppmerksomhet fordi den på mange måter representerte noe av den kritikken de store finansinstitusjonene ble utsatt for i denne perioden. Den tok også opp et viktig spørsmål rundt fordelingen av kostnader og goder mellom det private næringsliv og samfunnet for øvrig. Tusener hadde blitt rammet av en krise de selv ikke hadde hatt mulighet til å forutse eller forhindre.

For meg var det naturlig å koble denne påstanden til begrepet samfunnsansvar. I Norge er dette et godt innarbeidet begrep hos de fleste store bedrifter. Jeg ville derfor se nærmere på hvordan vi oppfattet hvordan DnB NOR praktiserte sitt samfunnsansvar i en tide som denne. Jeg lurte på om banken hadde en praksis som var forenlige med de forventinger vi hadde til banken.

Jeg vil rette en stor takk til min tålmodige veileder som har kommet med nyttige råd og gode tips. Jeg hilser også til min kjære Ivar som har holdt ut i denne hektiske perioden.

Lena Mjøvik

Sammendrag

Oppgaven tar for seg begrepet samfunnsansvar, med DnB NOR som case. Med finanskrisa som bakteppe har jeg valgt å se på hvordan bankens praktisering av samfunnsansvar blir tolket i media. Jeg har også vist begrepets historiske utvikling og presentert ulike teorier og perspektiver om samfunnsansvar.

Mitt mål har vært todelt. Jeg har vist at vi i dag ikke har noe klar definisjon av begrepet samfunnsansvar, og heller ikke en teoriretning. Det er mange ulike bidrag fra forskjellige fagdisipliner. Jeg har også vist at det er en viss avstand mellom den akademiske diskusjonen rundt begrepet og bedriftenes faktiske praktisering. Målet med den teoretiske delen var å vise at dette mangfoldet av definisjoner også preger den offentlige debatten, ved at det også her er uklart hva som egentlig diskuteres. Denne delen er ment som en forståelsesramme rundt den mer empiriske delen.

I problemstillingen stiller jeg spørsmål om hvordan DnB NORs praktisering av samfunnsansvar blir tolket gjennom media. Jeg har valgt å ta for meg tre saker som fikk spesielt stor oppmerksomhet; redningspakken, rentedebatten og salg av strukturerte spareprodukter.

Analysen av medias omtale av disse tre sakene viser flere funn. For det første er det ikke bankens eget definerte samfunnsansvar folk er opptatt av. Man er opptatt av at banken skal få vite om egne behov og interesser. Innspillene er ofte ensidige og representerer enkeltinteresser. Det er få som selv definerer hva de legger i begrepet samfunnsansvar, selv om de anklager banken for ikke å ha det. De setter heller ikke egen argumentasjon inn et større samfunnsansvarlig perspektiv. En mer prinsipiell debatt om begrepet og faglige perspektiver er fraværende.

Det er altså en avstand mellom hvordan banken selv definerer sitt samfunnsansvar og slik deres praksis blir tolket i media. Årsaken til dette er at banken ikke alltid kan klare å ta høyde for interesser i samfunnet, og at det finnes forskjellige og motstridende interesser.

Undersøkelsen viser også at folk er opptatt av etikk og moral, og det å handle riktig. Hva som er lovlig er ikke så vesentlig. Verdiene tillit og omdømme settes høyt både hos banken selv, likevel er det her det er mest kritikk. Oppgaven viser at opinion og media som kilder til samfunnets interesser er en utfordring for banken, og til den offentlige debatt. Samtidig som man er avhengig av en åpen diskusjon rundt begrepet er mange innspill preget av særinteresser som nødvendigvis ikke har noe med samfunnsansvar å gjøre.

Abstract	2
Forord	3
Sammendrag	4
1. Innledning	8
1.1 Bakgrunn.....	8
1.2 Presentasjon av DnB NOR.....	9
1.3 Avgrensning og forutsetninger	9
1.4 Presentasjon av problemstilling	10
1.4.1.Problemstilling.....	11
1.5 Disposisjon av oppgaven	11
2. Teorikapittel	12
2.1 Begrepsinnhold og teorimangfold.....	12
2.2 Fremveksten av begrepet samfunnsansvar.....	13
2.3 Shareholders og maksimering av profitt	15
2.3.1 Sharholder Theory.....	15
2.3.2 Skiftende tider	16
2.4 Jappetid og etikk.....	17
2.4.1 Fra Stakeholder til shareholder	18
2.5 Globalisering og omdømme	19
2.5.1 Bedriften som borger	19
2.6 Kort oppsummering.....	20
3. Samfunnsansvar og etikk	21
3.1 Den tredelte bunnlinjen	22
3.2 Næringslivsetikk.....	23
4. Metode	25
4.1 Bruk av media som kilde.....	26
Kap 5. DnB Nor	26
5.1 Samfunnsansvar i DnB NOR.....	27
5.1.2 Etikkregler	28
5.2 Bankens satsningsområder.....	29
5.2.1 Klimautfordringer	29
5.2.2 Kunder og leverandører:.....	30
5.2.3 Livsfase og mangfold	31

5.2.4 Bidrag til samfunnet	31
5.2.5 Åpenhet	32
5.2.6 Kort oppsummering.....	32
6. Medias tolkning av DnB NORs samfunnspraksis.....	33
6.1 Bankens rolle i samfunnet.....	34
6.2 DnB NOR i media	35
6.3 Redningspakken.....	36
6.3.1 Kort sammendrag.....	38
6.4 Rentebatten.....	38
6.4.1 Kort oppsummering.....	40
6.5 Salg av strukturerte spareprodukter	41
6.5.1 Kort oppsummering.....	45
7. Konklusjon	47
7.1 Omdømme eller populisme.....	49

1. Innledning

1.1 Bakgrunn

DnB NOR er Norges største finansinstitusjon. Bankens rolle i vårt samfunn gjør at mange har høye forventninger til banken og dens rolle i vårt samfunn. I løpet av krisa har banken fått svært mye medieomtale der det blir stilt spørsmål ved bankens samfunnsansvar. Jeg synes at nettopp dette gjorde banken til et interessant objekt for nærmere undersøkelse.

Samfunnsansvar er et interessant begrep i vår tid. De fleste har meninger om begrepet, men de færreste kan si hva det egentlig består av. Samfunnsansvar har lenge blitt koblet til interne forhold i bedriften som arbeidsmiljø og personalpolitikk, eller mer spesifikke områder eksternt som miljøvern og sponning av det lokale idrettslaget. Det er ikke vanskelig å finne perspektiver eller bidrag om samfunnsansvar som definerer det til å være "det som ligger utenfor bedriftens kjernevirksomhet".

Under finanskrisa har vi sett at folk i stor grad har koblet begrepet samfunnsansvar opp mot bedriftens kjernevirksomhet, nettopp DnB NORs rolle som bank. Samfunnsansvar som begrep er ikke klart definert, det finnes i dag mange tolkninger og perspektiv. Man kan si at teori-utviklingen har vært mer akkumulativ enn progressiv. I vestlige samfunn er det ikke lenger noe spørsmål om bedrifter tar samfunnsansvar, men hvordan de gjør det. Ved å undersøke hvordan media oppfatter DnB NOR ønsker jeg å se nærmere på hvordan samfunnet tolker bedrifters praktisering av samfunnsansvar.

I oppgaven vil jeg også vise hvordan debatten rundt selve begrepet samfunnsansvar, og dets mange ulike tolkninger og perspektiver også har innvirkning på den offentlige debatten rundt DnB NORs praktisering av sitt samfunnsansvar. Teoretiseringen rundt begrepet har bidrag fra mange ulike fag, empirisk praksis, og er påvirket av tid og kulturell tilhørighet. Dette preger også argumentasjonen i media i dag. Mangel på en klar definisjon, eller retning innenfor dette fagområdet kan gjøre en fruktbar diskusjon vanskelig. Samtidig gir det begrepet dynamikk og aktualitet uavhengig av bransje, geografi og størrelse på bedriften.

Poenget er å vise hvordan mangfoldet av bidrag også skaper mange ulike forventninger til hva samfunnsansvar skal være, både fra bedriften men også spesielt fra samfunnet sin side. Dette er en utfordring for bedriften dersom deres praktisering av samfunnsansvar skal ha noen legitimitet i samfunnet.

1.2 Presentasjon av DnB NOR

DnB NOR er Norges største finanskonsern med en forvaltet kapital på 2 141 milliarder kroner. Konsernet har blant annet sterke merkenavn som DnB NOR, Vital, Nordlandsbanken, Cresco, Postbanken, DnB NORD og Carlson.

- 2,3 millioner personkunder
- Over 200 000 bedriftskunder
- Norges største nettbanker, dnbnor.no og postbanken.no, med over 1 millioner brukere
- Representert på over 200 steder i Norge
- Tilbyr banktjenester i dagligvarebutikker og postkontor over hele landet
- Norges største livs- og pensjonsforsikringsselskap med rundt 1 million kunder
- Norges største kapitalforvaltningsselskap med rundt 600 000 fondskunder i Norge og 283 institusjonelle kunder i Norge og Sverige
- Norges største verdipapirforetak
- Norges ledende eiendomsmegler
- 14 057 årsverk

1.3 Avgrensning og forutsetninger

Jeg vil bruke DnB NOR som case og se på hvordan de formelt definerer sitt samfunnsansvar. Dette er publisert på deres egne nettsider og gir kunder, samarbeidspartnere og samfunnet generelt en mulighet til å se hva banken har som målsetting for sitt samfunnsansvar.

Jeg vil videre se på hvordan bankens praktisering av samfunnsansvar er blitt tolket gjennom media med bakgrunn i finanskrisa. Jeg har valgt finanskrisa som bakteppe fordi begrepet samfunnsansvar ble sterk aktualisert i denne tiden. Med finanskrisa mener jeg den økonomiske nedgangstiden vi opplevde og opplever nå, hovedsakelig fra 2008 og frem til i dag.

Jeg har valgt å fokusere på 3 enkeltsaker som fikk stor dekning i media. Dette var:

- Redningspakken, statens økonomiske tiltakspakke til bankene
- Rentebatten, diskusjonen rundt bankens rentepolitikk
- Salget av strukturerte spareprodukter

Gjennom å følge diskusjonen i media rundt disse tre emnene vil jeg forsøke å vise hvordan ulike interesser i samfunnet, gjennom media, har tolket bankens samfunnsansvar.

1.4 Presentasjon av problemstilling

DnB NOR presenterer sitt samfunnsansvar på sine egne hjemmesider. Her blir bakgrunn og mål presentert, samt strategier for å oppnå disse på enkelte områder. Bortsett fra den årlige rapporten om hvilke mål som faktisk er nådd, representerer disse sidene hvordan bedriften faktisk ønsker å jobbe, og dermed hvordan de ønsker å bli oppfattet. Utgangspunktet blir derfor normativt. Medias tolkning av bankens atferd tar utgangspunkt i deres faktiske atferd, en deskriptiv tilnærming. Diskusjonen i media viser at det ikke er en objektiv gjengivelse av de faktiske forhold som står i fokus. Bankens praktisering av samfunnsansvar blir tolket ut fra ulike interessers motiv og holdninger til det samme begrepet, altså en normativ tolkning.

De fleste teorier eller perspektiver innen samfunnsansvar kan både benyttes deskriptivt og normativt. Flere teoretikere hevder at selve begrepet samfunnsansvar er normativt fordi det dreier seg om hva slags samfunn man ønsker seg, og om den atferden en bedrift har bidrar til dette eller ikke.

DnB NOR definerer samfunnsansvar som en forutsetning for tillit, og forretningsmessig suksess i sin konsernpolicy for samfunnsansvar (DnB NOR 2008). Skal begrepet ha noen gyldighet for andre enn banken må derfor andre også anerkjenne hvordan deres praktisering av samfunnsansvar.

1.4.1. Problemstilling

Hvordan blir DnB NORs praktisering av samfunnsansvar tolket i media, med bakgrunn i finanskrisa.

1.5 Disposisjon av oppgaven

I teorikapittelet presenterer jeg den historiske utviklingen av begrepet samfunnsansvar. Jeg viser også til ulike retninger, perspektiver eller teorier som har utviklet seg. Formålet med dette kapittelet er å vise mangfoldet av bidrag, og hvordan disse på hver sin måte har vært med å påvirke den evige debatten om begrepets innhold og mening. Disse bidragene har også formet våre forventninger til begrepet, og i dag ser vi at argumentasjon hentet fra mange ulike perspektiver lever om hverandre. Jeg mener at mangelen på et klart definert begrep også former praktiseringen av samfunnsansvar og tolkningen av dette. Det finnes ikke noe fasit, og det gis stor definisjonsmakt til den enkelte. Mange vil hevde at dette er med på å vanne ut begrepet ytterligere, men på den annen side gir det begrepet dynamikk og evne til å tilpasse seg samfunn på tvers av kultur og system.

Det er uansett viktig at man har dette i bakhodet når man gjør en analyse av samfunnsansvar i praksis.

Metodekapittelet er viet den utfordring det ligger i å forske på noe ferskt og som man står midt oppe i. Jeg har valgt å bruke media som kilde, ettersom det er der mye av den offentlige debatt rundt begrepet foregår. Medias rolle i samfunnet, og de ulike bidragenes opprinnelse og validitet blir derfor diskutert nærmere her.

Jeg går så gjennom hvordan DnB NOR selv har definert sitt samfunnsansvar og setter dette i sammenheng med de teoretiske retningene jeg tidligere har gått gjennom. Jeg har valgt å se bort i fra de delene av bankens samfunnsansvar som omhandler interne forhold.

Drøftingskapittelet blir en gjennomgang av de saker jeg har valgt å se på, og hvordan bankens praktisering av samfunnsansvar har blitt tolket her.

I konklusjonen går jeg gjennom de erfaringer jeg har gjort meg i oppgaven, og trekker sammen trådene for å belyse min problemstilling.

2. Teorikapittel

2.1 Begrepsinnhold og teorimangfold.

I oppgaven blir den teoretiske drøftingen viktig. Jeg vil vise at de mange perspektivene og definisjonene av begrepet også virker inn på både bedrifters og samfunnets forståelse av begrepet samfunnsansvar. Grunnen til at jeg ønsker å legge stor vekt på dette er at de ulike retningene representerer ulike syn vi har på samfunnsansvar, og derav ulike forventninger til hvordan bedriftene skal forholde seg til det.

I faglitteraturen blir ulike syn presentert som skoler, perspektiv, retninger og noen gang teorier. Jeg vil for enkelthets skyld bruke begrepet perspektiv i min oppgave.

Flere forskere fremhever svakheten ved at man ikke har kommet frem til en hovedteori, en retning eller det minste blitt enige om en definisjon av begrepet. Peter Neergaard mener at den stadige pågående fortolkningen av begrepet gjør selve diskusjonen rundt begrepet diffus.

” Man anvder det samme begreb, men lægger et meget forskelligt meningsinnhold heri”
(Neerggaard 2006:19).

Dette ser man igjen dersom man undersøker hvordan ulike bedrifter presenterer sitt samfunnsansvar, eller hvordan dette blir presentert av andre. Begrepsmangfoldet kan gjøre en fornuftig debatt eller analyse vanskelig, dersom man ikke først enes om en tolkning. Særlig problematisk er debatter i den offentlige rom der man sjeldent får en slik anledning ettersom det er for mange skiftende aktører involvert.

Samfunnsansvar som begrep har eksistert så lenge, og endret seg i takt med samfunns- og næringsutvikling. Mange faggrener, ideologiske retninger og næringer selv har bidratt med sine versjoner. På den annen side har begrepet blitt utvidet og tilpasset ulike næringer i tid og rom. Ser vi på den historiske fremveksten av begrepet har det alltid speilet samfunnsutviklingen. Vi ser av de ulike retningene at de er forankret i sin tids førende

tankesett, kultur og geografi. Enkelte vil hevde at det er umulig å finne et begrep knyttet til relasjoner i samfunnet som er upåvirket av det samfunnet en faktisk befinner seg i. Gyldigheten av et slikt begrep vil også kanskje kunne diskuteres. Verken academia, næringsliv eller ideologi har hatt makt til alene å definere begrepet, eller styre debatten rundt det. Dette har gitt begrepet dynamikk og mangfold.

I sin gjennomgang av den historiske utvikling av begrepet, har A. Carroll identifisert minst 25 måter samfunnsansvar er definert på i den akademiske litteraturen. (Carroll 2009)

Mitt mål er ikke å finne en enhetlig tolkning eller å samle alle retninger, men jeg mener at vi må ha dette bakhodet i enhver diskusjon eller analyse av begrepet. Det er lett å komme inn i en diskusjon uten å ha definert å blitt enige om hva man diskuterer. Som denne oppgaven også vil vise, så går diskusjonen om hva begrepet skal og bør inneholde nesten alltid parallelt med om en aktør faktisk tar eller ikke tar samfunnsansvar. Dette er en utfordring for selve analyse, men understreker nettopp behovet for en dynamisk og pågående debatt rundt innholdet.

2.2 Fremveksten av begrepet samfunnsansvar

Samfunnsansvar blir i dag ofte forkortet som CSR. Jeg kommer først og fremst til å bruke det norske ordet samfunnsansvar.

Man kan si at historien om samfunnsansvar i stor grad handler om hvordan begrepet har vokst, og hvordan det har manifestert seg i ulike deler av verden. Mye av forskningen tar også for seg empiri, altså praktisering av samfunnsansvar.

Ettersom begrepet har flere definisjoner, er grensene for hva som samfunnsansvar ikke tydelige. Mange andre begreper har fått plass inn under "samfunnsansvarsparaplyen". Et av de grunnleggende spørsmål er like gammelt som næringslivet selv, nemlig hvorfor har vi næringsliv, og hvilke bidrag gir det til samfunnet rundt. (Crane et al. 2008)

Archie B. Carroll mener at den industrielle revolusjon kan være en passende start for å utforske begrepet, fordi det handler om næringslivets interesse og ansvarlighet for samfunnet rundt. Det er likevel etter 1950 at begrepet for alvor dukket opp. Før dette handlet samfunnsansvar for det meste om ulike former for filantropi. Bedriftseiere engasjerte seg i og

støttet ulike samfunnsproblemer. Disse kunne være mer eller mindre tilfeldig valgt, men det å smykke seg med benevnelsen filantrop hadde en viss status.

En filantropisk bedriftsleder var en som først og fremst følte en egen moralsk forpliktelse til å hjelpe vanskeligstilte. Bedriften tok selv på seg et ansvar utover de krav den var pålagt. Denne formen for ansvar var basert på gaver og veldedighet og er fremdeles i dag et viktig element i den amerikanske forståelsen av samfunnsansvar. (Carson og Korsberg: 2003)

Med fremveksten av en arbeiderklasse kom også kampen for å bedre arbeidernes kår. Dette ble i stor grad en politisert kamp, men vi har flere eksempler på tidlig samfunnsansvar i denne perioden. I USA var det lenge ikke lov til å gi økonomisk støtte til annet enn det som gavnet selskapet. Donasjoner til frivillige organisasjoner som YMCA, Røde kors og lokale sykehus, var derfor den vanligste formen for samfunnsansvar på den tiden.

Etter 1950 økte den filantropiske interessen for enkelt områder utenfor virksomheten selv, men det var ikke før på 70 tallet at dette ble organisert i drift og ledelse. (Carroll:2008)

Howard R Bowen ga ut sin bok "Social Responsibilities of the Businessman" (1953), der han som en av de første forsøkte å definere hva sosialt ansvar betydde, og han stilte spørsmålet om hvilket samfunnsansvar det er rimelig å forvente av næringslivsledere? Et spørsmål vi fortsatt stiller i dag.

"Hans definisjon av sosialt ansvar refererer til de forpliktelser næringslivsledere har til å følge den politikk, fatte de valg, eller å følge de handlinger, som er ønskelige forhold til de mål og verdier som er gjeldende i samfunnet" (Carroll 2008:25) På bakgrunn av disse tankene kaller A B.Carroll Bowen "The Father of CSR".

H.Bowen etterlyste blant annet ledelses og organisasjonell endring for å styrke virksomhetenes evne til svare på den "økende sosiale samvittigheten", som han kalte det. Bowens mange forslag ble i svært liten grad etterfulgt på denne tiden men hans ider skulle bli viktige for fremtiden. Perioden var mer preget av snakke, enn handling. Filantropien stod fortsatt sterkt, men begrepet hadde for alvor kommet på dagsorden, også for næringslivsledere.

Keith Davis presenterte på 60-tallet tanken om at samfunnsansvar kunne være lønnsomt i et lengre perspektiv, fordi bedriften på lang sikt ville tjene på slike handlinger som han definerte som "delvis utenfor bedriftens økonomiske eller tekniske interesser". (ibid) Denne nye ideen

ble allment anerkjent på 70 og 80- tallet, og er i dag et velkjent argument for bedrifters samfunnsansvar.

2.3 Shareholders og maksimering av profitt

Milton Friedman er kjent for sin definisjon av samfunnsansvar "*There is on and only social responsibility of business:... increase its Profits*" (Melé 2008:60). Debatten stod mellom dem som mente at næringslivets kun var ansvarlig for å skape så mye profitt som mulig, i samsvar med lover og regler. Den andre siden fokuserte på at næringslivets innflytelse og makt også påla dem et ansvar utover det økonomiske og legale. Friedmans syn passet inn i en økonomisk liberalistisk tankegang der markedet hadde en sentral rolle i fordelingen av goder i samfunnet. Friedmans perspektiv var basert på verdier som et fritt samfunn med privat eiendomsrett.

2.3.1 Shareholder Theory

Shareholder teorien er basert på filosofiske antagelser som går tilbake til John Lockes ideer om individets naturlige friheter, nødvendigheten av en samfunnskontrakt, og minimal innblanding i privat sektor fra staten. Dette og senere Adam Smiths teorie om den frie markedøkonomien fikk stor gjennomslagskraft i næringslivet. Perspektivet er en agent teori som legger vekt på at næringslivsslederens hele tiden skal fatte valg som er i overensstemmelse med eieren interesser. Normalt vil det være økt profitt. Teorien beskytter eierens naturlig gitte rett til å tjene penger på sine eiendeler.

I denne teorien er det en forutsetning at det er en klar deling mellom den offentlige og den private sfære. Næringslivet tilhører privatsfæren, og skal kun reguleres av lover og regler, og har ikke annet ansvar enn å skape rikdom. Samfunnets interesser skal ivaretas av det offentlige. All støtte til sosiale formål blir betraktet som en ren kostnad eller en beskatning av eierne eller Shareholders.

Perspektivet fokuserer sterkt på lønnsomhet, og argumenterer at hver enkelt bedrifts streben etter profitt vil skape en økonomisk effektivitet i hele systemet. Perspektivet hadde stor gjennomslagskraft i USA, men også i mange andre land. (Melé 2009) I dag ser vi at mye av dette tankegodset fortsatt gjør seg gjeldende i næringslivet, men også i debatten om

samfunnsansvar. Det har også høstet mye kritikk fordi det har en svært ensidig måte å oppfatte mennesker og samfunn på.

2.3.2 Skiftende tider

Samtidig med Friedmanns teser skrev The Committee for Economic Development i sin publikasjon "Social Responsibilities of business Corporation" (1971) at virksomheter fungerer etter offentlig samtykke og deres basisoppgave er å tilfredstille behov i samfunnet. Virksomheters fremtid avhenger derfor av ledelsens evne til å svare på disse forventningene. De pekte også på at den "sosiale kontrakt" mellom næringsliv og samfunn holdt på å endre seg på en grunnleggende og viktig måte." *Business enterprises, in effect, are being asked to contribute more to quality of American life than just supplying quantities of goods and services.*" (Carrol 2008:29)

Det spesielle med CEDs bidrag var at komiteen bestod av næringslivsrepresentanter. Fra starten av har vitenskapen og akademia ligget langt foran næringslivet i debatten om samfunnsansvar. Det var derfor viktig at også praktikerne selv kom på banen. Dette var også en periode da mange sosiale bevegelser fikk gjennomslag i politikken. Særlig i Europa økte den statlig reguleringen av arbeidsmiljø, miljøvern og sosiale rettigheter. CEDs bidrag kan tolkes som et skifte i næringslivets syn på den sosiale kontrakten mellom bedrifter og samfunn på den tiden. (ibid)

Historisk kan man likevel si at den formelle forankringen i lov og regelverk har vært den mest effektive organisatoriske innføring av samfunnsansvar i næringslivet. Dette stemmer således med Friedmanns teori om at bedriftens motivasjon for å ta samfunnsansvar begrenser seg til å etterfølge lov og pålegg fra staten.

På 70 -tallet dukket det også opp andre konkurrerende eller utfyllende begrep som "Social responsiveness" ved Ackermann og Baner og "Corporate social performance" ved S. Prakash Sethi. Mangelen på klare definisjoner av de ulike begrepene førte til at flere forskere dannet egne begreper. Post og Preston uttalte at de foretrakk og bruke betegnelsen "Public responsibility", fordi de ønsket å vektlegge viktigheten av en offentlige politiske prosess, og ikke individuell mening og samvittighet som kilden til mål og kriterier for samfunnsansvar.

Archie B Carrols definisjon markerte også overgangen til et sterkere fokus på interesser i samfunnet. Hans definisjon: *The social responsibility of business encompasses the economic, legal, ethical, and discretionary expectations that society has of organizations at a given point in time (Carrol 2008: 33).*

Carrol ønsket å poengtere at økonomisk ansvarlighet var inkludert i samfunnsansvaret fordi det var (og fortsatt er) vanlig å oppfatte de økonomiske variablene som noe en bedrift gjør for seg selv, mens det ikke-økonomiske var noe de gjør for andre.

Studier av samfunnsansvar på den tiden ble også preget av mangfoldet av definisjoner og perspektiver. Sandra Holmes gjorde i 1976, en undersøkelse blant ledere om deres tolkning av samfunnsansvar uten selv å legge noen definisjon til grunn for sitt arbeid. Hun presenterte ledere for et sett med påstander om samfunnsansvar for å se hvilke de var enig eller uenig. Påstandene var hentet fra den tids mest allmenne eller vanlige oppfatninger av begrepet. (Carrol 2008) En forskingsmetodikk brukt mange ganger innen dette feltet.

2.4 Jappetid og etikk

På 80-tallet førte til en ytterligere utvikling og redefinering av begrepet. Kjernen i begrepet ble utfordret i nye teorier, modeller og perspektiver. Thomas M Jones fokuserte på samfunnsansvar som prosess. Hans argument var at det var vanskelig å komme frem til enighet om hva sosialt ansvarlig atferd skulle innebære. Resultater og atferd ble satt i fokus. Frank Tuzzolino og Barry Armandi laget et organisasjonelt behovs-hierarki basert på Maslows ide om individets behov. Dette skulle fungere som et analytisk rammeverk for operasjonaliseringen av samfunnsansvar. Modellen var basert på tanken om at organisasjoner som mennesker også hadde behov.(Carrol 2008).

80-tallet som var preget av jappetid og sterk vekst i økonomien. Gordon Gekko fra filmen *Wall street* ble av mange oppfattet som datidens helt. Hans kjente tale om ”grådighet som et gode”, stod i stor kontrast til de mange skandalene som preget dette tiåret. Eksplosjonen ved Union Carbids fabrikker i Bhopal, norske rederes handel med apartheidregimet i Sør-Afrika, og Iran-Contras-skandalen var noen av sakene som satte etikk øverst på dagsorden.

2.4.1 Fra Stakeholder til shareholder

Edward R Freemans *Stakeholder theory*, flytter fokus fra en bedrifts eiere til en bedrifts interessenter. Disse er individer eller grupper som blir påvirket av et selskaps virksomhet og kalles Stakeholders. Freeman skiller mellom bedriftens primære og sekundære interessenter. Den første gruppen er de som direkte er involvert i bedriftens verdiskapning, den andre gruppen har en mer indirekte påvirkning og består av myndigheter, media, ulike frivillige og ideelle organisasjoner og lignende. De representerer grupper som har krav og forventninger til bedriften som den i økt grad må eller ønsker å ta hensyn til. (Melé 2008)

Samfunnsansvar i dette perspektivet innebærer derfor å ta hensyn til flere slike interesser. Hvilke interesser som skal vektlegges varierer. For bedriften blir det viktig å klargjøre hvilke interessegrupper som er aktuelle og, hva forventningene til disse eventuelt er. Å definere sitt samfunnsansvar blir derfor en blir derfor pågående prosess mellom bedriften og interessentene rundt.

Dette er en normativ teori som fordrer at ledelsen har et moralsk ansvar for bedriften som helhet, og at de klarer å balansere bedriftens mål opp mot alle interessentenes mål. For at bedriften skal overleve må den ledes til fordel for interessentene. (Melé 2008)

På 90 tallet begynte for alvor virksomhetene selv å utvikle sine egne praksiser for samfunnsansvar. Det var ikke bare selskap som the Body Shop med en klar sosial profil, men også internasjonale selskap som Mc Donalds, IBM og Nike. Flere selskap opprettet egne posisjoner for samfunnsansvar i bedriften. Mange former for samfunnsansvar var likevel fortsatt preget av typisk filantropiske initiativ som donasjoner til veldedighet og støtte til friville organisasjoner. I takt med globaliseringen av foretak, vokste også mottakerne av støtte til tilsvarende internasjonale størrelser.

Stort fokus på barnearbeid og miljøvern var noen av områdene som tvang, eller inspirerte flere selskap til å gjennomføre samfunnsansvarlige tiltak i praksis.

2.5 Globalisering og omdømme

Utviklingstrender som globalisering og bærekraftig utvikling har også ført til en sterkere fokusering på samfunnsansvar, og spesielt visse sider av en bedrifts virksomhet. De internasjonale foretakene begrenser nasjonalstatens mulighet til å regulere sosiale og miljømessige forhold på tvers av grensene (Neergaard, 2006) I dette tomrommet får således bedriftene større innflytelse. David.J. Vogel mener at samfunnsansvar i lys av denne argumentasjonen kan tolkes som ” *a license to operate, not a profit opportunity*” (Neergaard, 2006:150)

Denne tolkningen henviser også til at bedriftens relasjon til samfunnet rundt er bygget på tillit, og et slags kontraktsforhold for å kunne utføre sitt virke. I dag har så å si alle stor selskap en egen policy rundt samfunnsansvar. Det er ikke lenger snakk om samfunnsansvar eller ikke, men hvilken form man velger.

2.5.1 Bedriften som borger

Corporate Citizenship var i utgangspunktet basert på den filantropiske praksis av samfunnsansvar som innebar bedriftens frivillige støtte til ulike interesser i omgivelsene. Archie Carrol tilla begrepet også et aktivt engasjement fra bedriftens side til å bedre velferden i samfunnet. Perspektivet handler om å likestille bedriften med den gode samfunnsborger. En god samfunnsborger tar hensyn til andre interesser enn sine egne og foretar etiske vurderinger av hva som er riktige handlinger i ulike situasjoner. Hva som er god etikk er en pågående diskusjoner, det strekker seg langt utover formelle lover og regelverk og endres i takt med samfunnsutviklingen.

The World Economic Forum definerte i 2002 Corporate citizenship: “*Corporat citizenship is about the contribution a company makes to society through its core business activities, its social investment and philanthropy programmes, and its engagement in public policy*” (Melé 2008:70)

Næringslivets økende økonomiske makt i samfunnet og krisen i velferdsstaten førte til at bedriften i større grad ble sett på som en større potensiell bidragsyter til samfunnet. Privatisering av offentlige oppgaver endret på skillelinjene mellom privat og offentlig sfære.

Åpen dialog og diskusjon blir fremmet som et virkemiddel til å få til dette. Noe av målet med ideen er å få bedrifters atferd og interesser i større grad til å sammenfalle med samfunnets og individets interesser. Utfordringen ligger selvsagt i at det ikke er noen fasit på hva som er etisk riktig til enhver tid, og at det i bedriften og i samfunnet finnes konkurrerende interesser, med ulike mål.

Begrepet borger er tuftet på to hovedelementer. Det ene innebærer iboende plikter og rettigheter, og det andre at man er en del av et større fellesskap, samfunnet. Det er grunnleggende forskjeller mellom en borger og en bedrift når det kommer til rettigheter og plikter og roller i et samfunn. Til borgeren finnes iboende rettigheter knyttet til dens status som borger av et land, en kommune, og i kraft av å være et menneske. En bedrift har ingen slik sikkerhet for sin eksistens. Bedriften må omsette sine verdier på et marked for å overleve. Det behøver ikke å være rene produkter, men også mer abstrakte verdier som tillit, et merkenavn, status og lignende.

2.6 Kort oppsummering

Alle teoriene eller perspektivene innen samfunnsansvar kan brukes til å forklare hva et selskap gjør. Samtidig er de også normative teorier som sier noe om hvordan et selskap bør opptre i forhold til samfunnet. Deskriptive teorier blir valide etter et signifikant antall tester, normative teorier blir akseptert som en konsekvens av sin egen rasjonalitet og indre sammenheng. (Mele´ 2008) Å finne ut om en normativ teori er god eller ikke blir derfor en analyse av selve teorien. En god normativ teori trenger en god filosofisk forankring som definerer sitt syn på menneskelig natur, næringsliv og samfunn og forholdet mellom disse.

Bidragene jeg har vært innom kommer fra mange ulike grener vitenskap som har sine egne prinsipper, og mange bidrag kan ikke kalles teorier i seg selv. Milton Friedmans Shareholders teori er kanskje den oppfyller kriteriene for en normativ teori best. Men for at en normative teori skal få gjennomslagskraft i det praktiske liv er man avhengig av vi mennesker også gir den gyldighet gjennom hva vi mener er riktig avferd, og ikke minst hva slags samfunn vi ønsker oss.

Så tross all denne ambivalensen har området blitt et helt forskningsfelt. Bedrifter bruker mange ressurser, egne ansatte og lignende på dette. KPMG meldte at i 2005 var det mer enn

50% av de største globale selskapene som publiserte egne samfunnsansvars rapporter. (Crane et al, 2008) Investeringer i SRI, sosialt ansvarlige investeringer, har økt, det finnes en mengde selskap som tilbyr konsulentoppdrag inne samfunnsansvar, sertifiseringer, kurs og lignende . Selv om vi er usikker på hvor lønnsomt samfunnsansvar er for den enkelte bedrift, er det ingen tvil om at begrepet har blitt en egen business.

I dag kan vi finne alle former for samfunnsansvar jeg har referert til. Begrepet er fortsatt sterkt knyttet til lønnsomhet i en eller annen form. Vi i dag ikke har konkret forskning som måler lønnsomheten av samfunnsansvar, likevel er det vanlig å koble begrepet opp mot tillit og omdømme. Kostbare verdier for ethvert tiltak. Begrepet ser hovedsakelig ut til å ha en positiv klang, og dermed også en egenverdi.

3. Samfunnsansvar og etikk

Det er ikke mulig å snakke om samfunnsansvar uten å snakke om etikk og moral. Frode Nyeng mener at man ikke kan snakke om samfunnsansvar uten å snakke om hvordan samfunn man ønsker seg. (Nyeng, 2007) Derfor handler diskusjonen rundt samfunnsansvar også om verdivalg. Et etisk perspektiv fokuserer på hvordan ideen om det gode, omsettes i praksis.

I media i dag ser vi også at mye av diskusjonen rundt bedrifters samfunnsansvar er grunnleggende normativ. Bedriftens atferd blir ofte tolket med bakgrunn i hva en selv mener er rett eller galt, ikke ut fra hvordan bedriften selv har definert sitt samfunnsansvar. Det kan være nyttig å avklare om en diskusjonen er deskriptiv eller normativ.

Frode Nyeng stiller spørsmål angående våre definisjoner av samfunnsansvar og etikk. Et etisk perspektiv innebærer at bedriften må ta stilling til samfunnsutviklingen, ikke bare som en variabel i sitt eget årsregnskap, men også som en part som er med på å forme denne utviklingen. Han mener at næringslivets verdier og visjoner i stadig mindre grad handler om samfunnet, og mer om bedriften. Samfunnsansvar skal handle om samfunnet.

Etikkdimensjonen ved begrepet er viktig. Etikk handler om å gjøre det som er riktig. Hva som er riktig til enhver tid er kontekstuell. Det finnes ingen prinsipielle riktige svar på når en handling er bedre enn en annen. (Nyeng 2007) Etikk blir derfor definert ut fra fellesskapets

normer og verdier. Tilhørighet i dette fellesskapet er derfor sentralt for både å kjenne igjen rett handlemåte, men også å kunne bli felt dom over.

Etikk er viktig for næringslivet fordi ingen bedrift har råd til å handle på tvers av de normer og verdier som er gjeldende i samfunnet. I hvert fall ikke over lengre tid. Alle bedrifter er avhengig av tillit mellom seg og sine kunder, samarbeidspartnere, investorer og eiere. Tillit handler derfor i stor grad om å gjøre det som er riktig. Ut fra en slik argumentasjon kan man konkludere med at samfunnsansvar også handler om verdier, bedriftens og samfunnets verdier.

3.1 Den tredelte bunnlinjen

Siri Carson og Norunn Kosberg definerer samfunnsansvar på følgende måte: *Bedrifters samfunnsansvar oppfattes ofte som en innsats for samfunnet som går utover lovlydighet og regelfølgning, enten begrunnet som et etisk ansvar ovenfor samfunnet eller som en strategi for å sikre godt omdømme.* (Carson og Kosberg 2003:16)

De mener at samfunnsansvar kan begrunnes etisk ved at bedriften mener de har et ansvar utover det som er regulert ved lov, eller at en samfunnsansvarlig strategi er forretningsmessig bra for bedriften. Etiske hensyn og lønnsomhet blir ikke oppfattet som gjensidig utelukkende, og kan begge være med å forme en bedrifts strategi.

Carson og Kosberg presenterer også et perspektiv eller et verktøy som tar for seg andre hensyn enn de rent økonomiske for. Den tredelte bunnlinjen innebærer også at bedriften har miljømessig og samfunnmessige forpliktelser, og derfor må holde seg over et minstekrav, eller bunnlinja, på disse områdene. (Carson & Kosberg 2003) . På samme måte utgjør etiske standarder et sett minstekrav til samfunnsansvarlig forretningsdrift.

Man har altså forsøkt og bruke et velkjent økonomisk mål for lønnsomhet, til å innføre standarder for andre sider av virksomheten. Ideen innebærer at man også rapporterer på hvordan bedriften påvirker miljøet, og menneskene i og utenfor bedriften. Miljørapporter, grønt regnskap, energiforbruk, innkjøpsavtaler og lignende er eksempler på slik rapportering. I den sosiale bunnlinjen ligger HMS –arbeid, arbeidstakerrettigheter, menneskerettigheter, korrupsjon, varsling og lignende.

Carson og Kosberg legger vekt på målbare standarder, rapportering, og skrevne avtaler og sertifisering for å implementere samfunnsansvar i bedriften. Deres arbeid viser klart utfordringene en bedrift står ovenfor. Hvem skal sette standardene for en bedrifts etiske retningslinjer. De foreslår at bedriftens interessenter må være med på dette, og at disse bør publiseres åpent. Ellers kan man også støtte seg på anerkjente "eksterne" etiske standarder satt av FN, ILO og NHO. Dette er ganske vanlig praksis i dag i de fleste større bedrifter.

Den tredje bunnlinje, og rapportering på samfunnsansvar kan for virke kunstig, men har likevel hjelpe til å flytte fokus over på ikke-økonomiske størrelser i en bedriften.

Nyeng stiller spørsmålsteget ved om det også er en motsetning mellom økonomisk tankegang og måten vi tenker rundt begrepet samfunnsansvar. Mye tenking blir gjort ut fra forutsetningen at det er et skille mellom det gode, det riktige og det lønnsomme. Nyeng mener det er viktig at vi utfordrer den definisjonsmakt økonomisk tankegang har fått. De har sin egen retorikk med lover det etikken blir sett på som en begrensning. Han mener derfor det er viktig å utfordre den makt som ligger i økonomisk språk, tankegang og teorier, fordi den i så stor grad påvirker hvordan næringslivet handler og tenker. På samme måte kan man si at den påvirker vår oppfattelse og forventninger til næringslivet.

3.2 Næringslivsetikk

Næringslivsetikk, ble som begrep utviklet i USA, og senere kom det også en europeisk variant. Begrepet tar for seg de problemstillinger og konflikter av etisk natur som oppstår som følge av drift og utvikling av næringsliv.(Marnburg 1998). Det er ikke en etikk som er annerledes enn annen etikk ellers i samfunnet. Einar Marnburg sier at den eneste forskjellen er at det i næringslivet oppstår andre problemstillinger enn innen andre sfærer av samfunnet.

Marnburgs tanke er at man kan dele etikk inn i områder etter hvilke deler av samfunnet de dekker, men alle slike områder tar utgangspunkt i en slags grunnlagsetikk bestående av moralfilosofi. (ibid)

Dag Aasland mener at det ikke går klart frem hvorvidt næringslivsetikken handler om etikk *i* eller *for* næringslivet. Etikk *i* næringslivet dreier seg om alternativ tenking til det å forfølge egeninteresse. Etikk *for* næringslivet kan defineres som anvendelsen av fornuft for å belyse

regler og prinsipper for hva som er rett og galt. (Aasland 2005) Spørsmålet blir om næringslivet kan ha en egen etikk, som er annerledes enn resten av samfunnet.

I dag er næringslivet etikk er sterkt preget av en instrumentell og/eller nyttetankegang. Man er opptatt av å finne noe som virker i sitt tilfelle, ikke hva som er det beste for mennesket. Aasland stiller spørsmål ved om atferd kun motivert ut fra bedriftens beste kan kalles etisk overhode. Det er mer en bedriftsøkonomisk kunnskap, valgt fordi den er nyttig for bedriften og ikke andre. I dette perspektivet blir også samfunnsansvar kun et verktøy for bedriften, og ikke samfunnet.

I et instrumentelt perspektiv forsøker man å kartlegge responsen hos samfunnet fordi den har konsekvenser for bedriften. Således blir samfunnsansvar et instrument for bedriften på lik linje med markedsføring og lignende. Atferd og beslutninger er gale eller riktige uavhengig av om bedriften tjener eller ikke på det. (Aasland 2005) Det er ikke vanskelig for å en bedrift å hvite hva som er rett og galt i forhold til egen drift, men det er ikke alltid like lett å se hvordan avgjørelser kan fattes etter et større eller videre etisk perspektiv.

DnB NOR har innflytelse i vårt samfunn. De velger hvilke bedrifter de skal gi støtte til, hvilke innovasjonsprosesser de vil investere i, hvor stort hus du har råd til å kjøpe, og hvor mye avkastning du får på pengene dine. De fleste vil nok argumentere for at det ligger en ren økonomisk argumentasjon bak disse beslutningene. I drøftingskapitlet senere kommer det frem at mange ønsker om at banken også skal legge andre verdier enn det lønnsomme bak sine valg. Det kommer frem at man forventer at samfunnsansvar også dreier seg om å gjøre det som er riktig. De mener at banken har handlet galt, ikke ulovlig.

Om etikk kan knyttes til bestemte områder eller ikke, så er det klart at man har andre forventninger til en banks atferd enn en DnB NOR enn til Røde Kors. Erik Lundestad peker på at det er viktig at man identifiserer sitt ansvarsområde i et slikt perspektiv. Bedriftens forståelse av sin rolle i samfunnet vil også ha innvirkning på deres definisjon av samfunnsansvar. Lundestad mener derfor at etiske dilemmaer er knyttet til at vår identitet er knyttet til flere fellesskap, og at teoretisk holdepunkt vil ikke uten videre løse disse konfliktene. (Lundestad 2005)

4. Metode

Oppgaven består av to deler, en teoretisk drøfting av begrepet samfunnsansvar, og en analyse av hvordan samfunnet, hovedsakelig gjennom media har oppfattet DnB NORs sin praktisering av samfunnsansvar i løpet av finanskrisen. Jeg tar for meg diskusjonen i media rundt tre ulike saker der DnB NOR har fått mye oppmerksomhet.

Jeg har valgt å ta for meg en helt fersk situasjon. Det vil si at det ikke foreligger noen undersøkelser gjort på dette området ennå. Artikler hentet fra media danner således grunnlaget for mitt empiriske materiale. Det er dette som brukes til å belyse min problemstilling.

Den teoretiske delen av oppgaven danner et rammeverk for diskusjon rundt begrepet samfunnsansvar. Jeg ønsker å vise hvor omfattende dette fagfeltet har blitt, og hvordan teoretiske diskusjoner, og forskning påvirker vår egen oppfatning og forståelse av et begrepet til daglig. Det at det i dag ikke eksisterer en klar definisjon av begrepet, eller en anerkjent teoriretning, preger også den offentlige debatten.

Argumentene kommer fra flere teoretiske leire, og legger ulike prinsipper til grunn. De fleste diskuterer begrepet uten å være enige om innholdet. For å forstå denne Vi har preger fordi det per i dag ikke eksisterer en klar definisjon av selve begrepet, og heller ikke noen klare teoretiske retninger. Jeg viser dette gjennom et teoretisk studie av faglitteratur på området.

Jeg redegjør også for DnB NOR sin definisjon av samfunnsansvar på grunnlag av den informasjon og de dokumenter de har publisert på sine hjemmesider www.dnbnor.com.

Det vil også være umulig å skaffe seg en full oversikt over situasjonen man står i, slik at man da risikerer at datautvelgelse blir selektiv istedenfor representativ. En vil alltid kunne finne data som kan underbygge ens teoretiske forståelse jamfør Murphys forskningslov.(Holme og Solvang 1998)

4.1 Bruk av media som kilde

Jeg har forutsatt at den offentlige debatt kommer til uttrykk gjennom media. Min målsetting er ikke å generalisere over mine funn, til det er ikke datainnsamlingen presis nok. En avisartikkel kan heller ikke sies å representere mer enn synet til den som faktisk skriver. Selv om denne skulle påberope seg flere stemmer har man sjeldent grunnlag for å trekke den slutningen, dersom det ikke i selve artikkelen henvises til en større undersøkelse.

Jeg bruker artiklene til å få frem ulike synspunkter som kom frem i media knyttet til sakene jeg har valgt å undersøke. Det er derfor viktig å huske at mange interesser ikke er representert, og at mange av artikkelforfatterne kan ha egne motiv for det de skriver om.

Media er ikke bare en objektiv formidler av sannhet, der saker og hendelser deskriptiv blir referert. Media er også verktøy for mennesker som ønsker å formidle sitt budskap, dette innebærer at flere kilder har et normativt preg. I den forbindelse kan det også være relevant å se på hvem som er opphavspersonen bak en artikkel. Er det en journalist, eller kanskje en talsmann for en bestemt gruppe. Dette kan ha innvirkning på kildens troverdighet, eller relevans for problemstillingen. Min empiri består hovedsakelig av sekundærdata ettersom de hadde et annet formål enn det jeg bruker dem til.

Kap 5. DnB Nor

DnB NOR er Norges største finanskonsern med en forvaltet kapital på 2 000 milliarder kroner. Konsernet består blant annet av sterke merkenavn som DnB NOR, Vital, Nordlandsbanken, Cresco, Postbanken, DnB NORD og Carlson.

Finanskonsernet har 2,3 millioner personkunder, over 200 000 bedriftskunder, 1,4 millioner nettbankbrukere via dnbnor.no og postbanken.no. Konsernet er representert på over 200 steder i Norge og har 800 Bank-i-butikk.

Konsernet er Norges største livs- og pensjonsforsikringsselskap med rundt 1 million kunder, og Norges største kapitalforvaltningsselskap med mer enn 630 000 fondskunder i Norge og 294 institusjonelle kunder i Norge og Sverige er Norges

største verdipapirforetak og Norges ledende eiendomsmegler. Konsernet har i dag 13800 ansatte.

DNB Nor er i dag Norges største finansinstitusjon, og dette gir banken stor makt og innflytelse i norsk bank og finansnæring.

”DnB Nor er en mastodont i norsk bankvesen. Det er nok bare StatoilHydro som besitter tilsvarende makt og innflytelse. Med førti prosent av markedet har denne banken et samfunnsansvar. Banken må bare tåle at vi stiller høyere krav til dem enn til andre banker. De er størst, og med makt følger ansvar...” Skriver forfatter og kommentator Elin Ørjasæter i sitt innlegg til E 24 ¹

5.1 Samfunnsansvar i DnB NOR

Hensikt og formål er hentet fra bankens dokument på Konsernpolicy på Samfunnsansvar:

”DnB NOR ønsker å bruke kunnskap, ressurser og innovasjonsevne til å bidra til bærekraftig utvikling. Samfunnsansvarlig forretningsvirksomhet har en verdi i seg selv, i tillegg til at det bidrar til langsiktig verdiskaping gjennom redusert risiko, nye forretningsmuligheter, stolte og motiverte medarbeidere og et godt omdømme. Utøvelse av samfunnsansvar og en høy etisk standard er forutsetninger for tillit fra omverdenen og varig forretningsmessig suksess.” ²

Bankens ambisjoner er videre nedfelt i en policy for samfunnsansvar som peker ut 5 satsingsområder for banken; Kunder og leverandører – også vårt ansvar, klimautfordringen, bidrag til samfunnet, livsfase og mangfold, åpenhet. ³

Bankens samfunnsansvar er basert på egne verdier og internasjonale anerkjente prinsipper og retningslinjer som banken også har sluttet seg til.

¹ www.e24.no Publisert: 13.11.08 14:28, <http://e24.no/kommentar/e24-kommentar/article2767746.ece>

² https://www.dnbnor.com/portalfront/nor_com/nedlast/no/2009/1/081201_konsernpolicy_samfunnsansvar.pdf

³ <https://www.dnbnor.com/site/samfunnsansvar/>

Disse er:

- [FNs Global Compact](#)
- [OECDs retningslinjer for multinasjonale selskaper](#)
- [UNEP FIs prinsipper](#)
- [UN Principles for Responsible Investments \(PRI\)](#)
- [Ekvatorprinsippene](#)

Av egenerklæringen til sine leverandører kan vi lese at foruten bærekraftig utvikling og ansvarlig foretningsdrift, skal det ikke tilby produkter eller tjenester, eller utføre handlinger som innebærer risiko for medvirkning til uetisk atferd, krenkelse av menneske- og arbeidstakerrettigheter, korrupsjon og miljøødeleggelser.⁴

Selskapet legger altså til grunn en svært vid definisjon av samfunnsansvar, og trekker inn internasjonale prinsipper og standarder. De definerer videre fem satsningsområder der de også forsøker å beskrive hvordan samfunnsansvar praktiseres på hvert område.

Konsernets gir også ut en egen rapport om sitt samfunnsansvar og 2007 var den tredje i rekken. Den tar for seg verdiskaping, resultater og utfordringer innenfor miljø- og samfunnsdimensjonen det året. Foruten å igjen nevne sine mål, verdier og strategier, er også enkelte konkrete prosjekt, og resultater med. Rapporten tar utgangspunkt i den internasjonalt anerkjente rapporteringsstandarden Global Reporting Initiative (GRI). Det er så langt ikke kommet noen rapport for 2008.

5.1.2 Etikkregler

Banken vedtok også i 2007 et eget etikkreglement. Her beskrives nærmere hva banken legger i etikkbegrepet. Formålet er en bevisstgjøring av og etterleving av bankens høye etiske standard, og å sikre godt omdømme. Høy etisk standard er ment å sikre tillit hos omverdenen og derav varig forretningsmessig suksess, skal bygge opp under bedriftskultur, felles verdigrunnlag og konsernets visjon. Det blir også slått fast at høy etisk standard har en egenverdi og bidrar til å ivareta bankens samfunnsansvar.

⁴ https://www.dnbnor.com/portalfront/nor_com/nedlast/no/2008/8/Leverandoerens_samfunnsansvar.pdf

Reglementet er ment å være et supplement til ansettelseskontrakten, eksisterende lover og regler, konsernretningslinjer, policy og god forretningsskikk, og danner rammer for hva som ansees som ansvarlig atferd.⁵ Etikkreglene gir ingen juridiske føringer for kunder og samarbeidspartnere, men for ansatte kan brudd resultere i varsel, oppsigelse eller avskjed. Etikkreglene er til dels spesifikke på felt som taushetsplikt, innsideinformasjon, interessekonflikt og inhabilitet. Varsling, kommunikasjon, respekt og omtanke blir også nevnt i egne punkt.

5.2 Bankens satsningsområder

Jeg skal kort presentere bankens fem satsningsområder.

5.2.1 Klimautfordringer.

DnB NOR ser på seg selv som en betydelig samfunnsaktør som ønsker å bidra til vern om miljøet. De satser derfor på produktutvikling som tar hensyn til klimautfordringene, prising og kommunikasjon som fremmer miljøtenking og etterspørsel etter miljøprodukter, kontinuerlig arbeid med intern miljøeffektivitet.

Som resultat av denne strategien er nå 21 kontorer er sertifisert som miljøfyrtårn og konsernlederen sitter i næringslivets klimapanel. Selskapet vil også sørge for at alle fondsprodukter de tilbyr sine kunder ikke består av aktører som bidrar til vesentlig forurensning. Videre er DnB NOR Grønt Norden et fond der det kun investeres i selskap med en positiv miljøprofil. DnB NOR miljøinvest investerer kun i selskap som jobber med utviklingen av alternativ energi.

Deres argumentasjon for å bidra til klimautfordringene er at de oppfatter seg selv om en betydelig samfunnsaktør, og at miljøvern er viktig. De kan bidra gjennom sin daglige drift, og sørge for at denne selv blir mer miljøvennlig. De viser også at de har makt til å påvirke andre aktører i samfunnet gjennom sin drift. De kjøper miljøvennlige produkter, de støtter økonomisk de som ønsker å kjøre grønt, og investerer ikke i selskap som bidrar til alvorlig forurensning. De har økonomisk makt til å bidra til at selskap som satser miljøvennlig får leve. De tilbyr også kunder å investere i miljøvennlige bedrifter.

⁵ https://www.dnbnor.com/portalfont/nor_com/nedlast/no/2009/4/etikkregler_2008.pdf

5.2.2 Kunder og leverandører:

Selskapets samfunnsansvar strekker seg også til kunder og leverandører. Målet er å sikre at menneskerettigheter, arbeidstakerrettigheter, miljøhensyn og bekjempelse av korrupsjon etterleves i konsernets forretningsvirksomhet og hos leverandører. Tiltakene for å sikre dette er konstruktiv dialog med og tydelige krav til selskap det investerer i, retningslinjer for samfunnsansvar i DnB NORs kredittvirksomhet og konsekvent bruk av leverandørreklæringer.

Konsernet har en felles etisk plattform for kapitalforvaltning. Denne innebærer at DnB NOR Kapitalforvaltning og Vital ikke skal medvirke til krenkelse av menneske- og arbeidstakerrettigheter, korrupsjon eller alvorlig miljøskade. I tillegg utelukkes produsenter og distributører av strategiske komponenter til masseødeleggelsesvåpen, antipersonellminer og klasevåpen.⁶ Enkelte fond har også strengere krav.⁷ Et eget etisk råd følger med på at ikke selskap bryter med den etiske plattformen. Brudd kan føre til avhending av investeringer.

FNs prinsipper for ansvarlige investeringer fokuserer på faktorer knyttet til miljø, sosiale forhold og corporate governance. Disse er frivillige men er designet for å kunne gi bedre avkastning på lengre sikt. Et viktig argument er også at dette vil føre til en tilnærming mellom målene til investorene og samfunnet som helhet.⁸ Alle forvaltere har en plikt til å handle for å oppnå best mulig resultater for sine kunder. Det er ikke gitt at investorer og samfunnet har de samme mål. Banken sier lite om hvordan de inkorporerer verdier knyttet til miljø og sosiale forhold i sine investeringsanalyser og beslutningsmodeller.

DnB NOR driver aktivt eierskap, og kan på den måte påvirke andre selskap til å følge de verdier de selv har definert som viktige. Aktivt eierskap blir derfor et viktig virkemiddel for å fremme samfunnsansvar. Selskapets verdiskapning foregår først og fremst gjennom å tilrettelegge finansielt for at andre kan nå sine mål. På den måten har DnB NOR reell innflytelse på hvilke ideer og prosjekter som blir igangsatt i samfunn og næringsliv.

⁶ Den etiske plattformen bygger på FNs Global Compact, OECDs retningslinjer for multinasjonale selskaper, Ottawa-konvensjonen. DnB NOR Kapitalforvaltning og Vital har også signert og støtter FNs «Principles for Responsible Investment» (PRI) samt UNEP FIs prinsipper.

⁷ DnB NOR Barnefond, DnB NOR Global Etisk, DnB NOR Miljøinvest og DnB NOR Grønt Norden

⁸ <http://www.unpri.org/principles/>

5.2.3 Livsfase og mangfold

Dette området omhandler sort sett interne forhold i bedriften som livsfasepolitikk, mangfold og likestilling, kompetanseutvikling og arbeidstakerrettigheter. Det er mange kritikere av denne formen for samfunnsansvar. Noen mener at man uansett må kunne vente et minimum av en arbeidsgiver, og at arbeidernes rettigheter nå i stor grad er felt ned i lov og regelverk. Imidlertid er det mange verdier eller normer i samfunnet en arbeidsgiver kan være med å styrke. Et eksempel på dette kan være likestilling. Det at kvinner og menn får like muligheter til å kombinere jobb med barn får også effekt utover selve bedriften. Slike ordninger kan være et resultat av ønsker forhandlet frem internt i bedriften, men også speiling av verdier man oppfatter som viktige i samfunnet.

Det er sjeldent at en bedrifts interne kultur fraviker stort fra samfunnet rundt, likevel ser vi at globalisering av selskaper kan ha en positiv innvirkning på overføring av verdier. Barnearbeid er et eksempel på dette.

5.2.4 Bidrag til samfunnet

DnB NOR ønsker å bruke kunnskap, ressurser og innovasjonsevne til å bidra til bærekraftig utvikling. Direkte støtte i form av bidrag går til idrett, kultur og veldedighet. Konsernet har vektlagt støtte til mikrofinans, ettersom dette er samfunnsnyttige formål knyttet til egen kjernevirksomhet. Støtte til forskning som styrker fagkompetansen i norsk næringsliv er et annet eksempel.

Denne form for bidrag er frivillig, og basert på områder banken selv mener det er interessant å støtte. Den representerer det filantropiske aspektet ved samfunnsansvar.

DnB NOR fremhever også den verdiskapning de bidrar med gjennom sin kjernevirksomhet bankdrift. Ved å tilrettelegge for at andre kan nå sine mål har de stor innflytelse på hvilke prosjekter og ideer som blir realisert i samfunnet og næringslivet. Banken legger også vekt på sin rolle som desentralisert arbeidsgiver, og at de deler sin kunnskap med folk, politikere og embetsverk.

5.2.5 Åpenhet

Åpenhet og høy etisk standard er viktige verdier for DnB NOR.

Dette innebærer sannferdig og lett forståelig informasjon om produkter og tjenester. God eierstyring og selskapsledelse skal sikres gjennom likebehandling av aksjonærer, overholdelse av lover, regler og etiske standarder og ved å velge uavhengige og velkvalifiserte styremedlemmer.

Det er også viktig å huske på statens eierskap i selskapet.

I henhold til Stortingsmelding nr. 13 2006-2007 er formålet med statens eierskap i DnB NOR ASA å sikre at konsernet har hovedkontor i Norge og at selskapet skal være partner for norske selskaper innenlands og på eksportmarkedet. Samtidig som statens eierskap er motivert av bedriftsøkonomisk verdimaksimering og nasjonal forankring av virksomheten, har staten gjort det klart at den forventer at DnB NOR skal være blant Norges beste bedrifter målt på samfunnsansvar.⁹

5.2.6 Kort oppsummering

DnB Nor definerer sitt samfunnsansvar svært vidt. De anerkjenner at de er en viktig samfunnsaktør med makt og innflytelse til å påvirke samfunns og næringsutvikling. De har undertegnet flere internasjonale avtaler, og gjennomgått sertifiseringer. Det er en ganske typisk tilnærming til samfunnsansvar for en stor bedrift i et moderne samfunn.

Det meste er likevel av frivillig art, eller intensjonsavtaler. Den årlige rapporten om samfunnsansvar bærer preg av dette. Den gir en oppsummering av de mål som er nådd eller hva som er gjort. Det er liten diskusjon rundt selve begrepet, og bedriften støtter seg på internasjonale anerkjente avtaler og prinsipper. Valg av tolkning eller ståsted blir ikke problematisert videre. Det meste sees fra bedriftens ståsted, ikke fra et samfunnsperspektiv. Aktuell problemstillinger knyttet til finanskrisen har ikke fått noen plass på disse sidene. Det har ikke manglet på innspill fra media.

⁹ https://www.dnbnor.com/site/samfunnsansvar/apenhet/eierstyring_og_selskapsledelse/

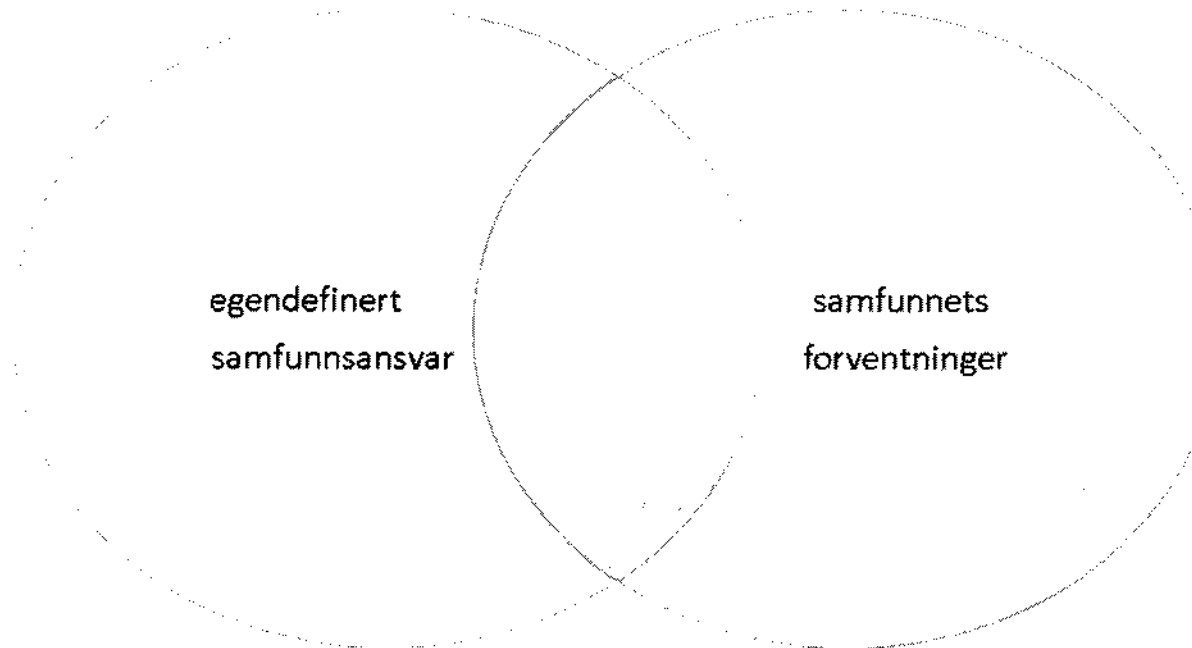
DnB NORs definisjon av samfunnsansvar er tuftet på flere teoretiske retninger og bidrag. Det filantropiske aspektet finner vi igjen i under bidrag til samfunnet. Det kan også se ut til at banken på mange felt opplever seg som den gode samfunnsborger, med høye etiske standarder og støtte til realiseringen av de rette ideer og prosjekter. Det sterke innlaget av standarder, sertifiseringer og rapportering finner vi igjen i Carson og Kosbergs -den tredelte bunnlinjen.

6. Medias tolkning av DnB NORs samfunnspraksis

I likhet med forskere før meg, har jeg ikke et teoretisk utgangspunkt for den siste delen av oppgaven. Teorikapittelet viste at vi i dag mangler et klart definert begrep og at DnB NOR har hentet sin egen definisjon fra ulike retninger innen dette fagfeltet. Derfor mener jeg at det også er unaturlig å plukke ut en teoretisk retning eller definisjon av begrepet som utgangspunkt for denne delen.

Jeg vil få frem hvordan tolkninger av bankens samfunnsansvar er i media, og får å få med meg de ulike synspunktene må jeg derfor ha en åpen vinkling. Mitt utgangspunkt blir altså de forskjellige artiklenes ståsted.

Tankene om at opinionen er med på å definere begrepet kommer også til uttrykk gjennom at samfunnsansvar ofte blir koblet opp mot omdømme og tillit. DnB NOR trekker også dette frem i sin hovedmålsetting. Dette er verdier som skapes i relasjon med samfunnet.



Jeg har med min enkle modell forsøkt å vis hvordan det nesten alltid vil være en forskjell mellom det en bedrifts egen definisjon av samfunnsansvar, og de forventningene som faktisk finnes i samfunnet. De ulike teoriene har forskjellig syn på hvor stor det overlappende feltet egentlig skal være. Vi har også sett at samfunnsutvikling og spesifikke saker også kan endre på dette forholdet ved at næringslivets rolle har endret seg i løpet av historien. Det vil derfor ikke være noen statisk modell.

DnB NOR har definert sitt samfunnsansvar ganske vidt. Likevel skal vi se at diskusjonen ikke alltid handler om hva deres egen definisjon inneholder, men hva samfunnet faktisk forventer av dem. Deres praktisering av samfunnsansvar vil ikke ha sin ønskede virkning dersom dette ikke blir anerkjent av omverdenen. Da blir det kun en intern policy for å nå enkelte mål.

6.1 Bankens rolle i samfunnet

Jeg har tidligere vist at oppfatning av ens rolle og posisjon i samfunnet kan ha innvirkning på hvilke forventninger som knyttes til deg, og din atferd. DnB NOR er klare på hva deres rolle er. Bankens rolle for deg og meg kan variere. En ting er bankenes funksjon i samfunn og næringsliv generelt, en annen ting er hvordan jeg plasserer meg i forhold til DnB NOR. Banken kan altså ha forskjellige roller, og det er bare internt at den må ta hensyn til hele sin virksomhet. For noen er banken kun en låneinstitusjon, for andre er den en krevende investor.

I en artikkel i Stavanger Aftenblad stiller filosof Einar Øverenget spørsmålet om hvorfor vi har banker? *Vi har banker fordi folk trenger lån og banktjenester. Bedrifter driver for å gi folk tjenester de etterspør. Overskudd på bunntinjen er en forutsetning for å kunne drive, men det er ikke meningen med driften.*¹⁰ (Zahl 2008)

For DnB NOR er lønnsomhet et mål, det er det også for alle de som nyter godt av den avkastningen banken klarer å skape. Banken har flere mål den skal leve opp til, og flere verdier å ivareta på veien. Den teoretiske diskusjonen viste også hvordan disse av og til blir oppfattet som konkurrerende.

6.2 DnB NOR i media

Jeg skal se på noen av de saker DnB NOR var involvert i det siste året. Jeg har valgt å avgrense eksemplene til noen hendelser som fikk stor oppmerksomhet i media.

Det er ikke noe tvil om at banken tar samfunnsansvar i sin daglige drift. De oppfyller mange av de målene de selv har satt seg. Dette går også frem av bankens årlige rapport om samfunnsansvar. Det er derfor interessant å se hvordan dette sammenfaller med hvordan bankens praktisering av samfunnsansvar blir tolket i media.

Som tidligere drøftet er det viktig i denne delen av drøftelsen å huske på at det som kommer frem i media ikke beviselig er noen demokratisk eller representativ mening fra samfunnet som helhet. Men min hensikt er å få frem ulike interessenters oppfatning og forventning. Selv om det er uvisst hvor mange som deler samme oppfatning er det likevel en oppfatning som presenteres og publiseres i det offentlige rom, og som på den måten er del av en større offentlig debatt rundt tema.

¹⁰ http://aftenbladet.no/magasin/952194/Filosofi_for_finanskriser.html Jan Zahl. Filosofi for Finanskriser, 2008, lastet ned 05.12.08 Publisert 29.11.2008 06:00 - Oppdatert 29.11.2008 12:50

6.3 Redningspakken

I de fleste vestlige land rammet av finanskrisen har staten gått inn med betydelige økonomisk støtte til bank og finanssektoren. I Norge har også de økonomiske virkemidlene først og fremst vært rettet mot bankene. Utlånsstopp, og investeringstørke bremsset aktiviteten i næringslivet, og truet arbeidsplasser. Uten et fungerende bank og finanssystem vil økonomien gå i stå, og konsekvensene store for alle. Statens redningspakke hadde derfor til hensikt å komme hele samfunnet til gode, ikke kun bankene.

Ved sist store bankkrise ble det satt i gang flere tiltak for å unngå at noe lignende skulle skje igjen. Statens Bankinvesteringsfond ble laget for å sikre likviditeten i de største bankene. Bankene stod derfor bedre rustet til å takle denne krisen.

Utfordringen for bankene var å balansere pressede marginer og tap, opp mot det å ta ny risiko ved nye utlån og investeringer. Statens redningspakke ga flere mange trygghet men innebar også føringer ikke alle følte seg like komfortable med.

Redningspakken til bankene ble offentliggjort i 12.10.2008 og lød på 350 milliarder i form av obligasjonslån. Stoltenberg ønsket med dette sikre tilliten til det norske banksystemet.

(Aanensen, 2008)¹¹ Redningspakken fikk økenavnet "DnB NOR-pakken" i finansmiljøer fordi den tilsynelatende var skreddersydd banken. – *Vi hadde ikke kontakt med andre banker enn DnB Nor, sier stabssjef ved Statsministerens kontor Karl Eirik Schjøtt-Pedersen.* (Ginés 2008)¹²

Administrerende direktør Arne Skauge i Finansnæringens Hovedorganisasjon sier det sjeldent er direkte kontakt mellom regjering og bank. Han påpeker at krisen vi nå har er spesiell og at det er derfor heller ikke er unaturlig for departement og Norges Bank og sondere terrenget. (Ginés 2008)

Ikke lenge etter offentliggjøringen kom det frem at DnB NOR hadde solgt unna statsobligasjoner for 2,3 milliarder kroner bare dager før regjeringen la frem sin plan. Dette førte til svært mye negativ omtale av banken. Kredittilsynet anmeldte banken til Økokrim for innsidehandel etter at de mottok bankens egen interne granskning. For mange ble samrøre

¹¹ Aanensen, Kristian (2008), Låner bankene 350 milliarder, NRK.no, lastet ned 20.11.08, <http://www.nrk.no/nyheter/okonomi/1.6258336>

¹² Ginés, Patricia (2009) *Hadde kun kontakt med DnB NOR*, NRK.no, lastet ned 20.11.08, <http://www.nrk.no/nyheter/okonomi/1.6270465>

mellom bank og regjering i denne saken oppfattet som for tett og banksjef Rune Bjerkes nære personlig bånd til statsminister Jens Stoltenberg ble også satt i fokus. (Lydersen ,2008)

For å kunne nyttiggjøre seg av redningspakken fordret det at bankene også hadde kredittforetak for utstedelse av pantobligasjoner. Kun de største bankene har slike kredittforetak og mange av de mindre bankene opplevde derfor tiltaket som svært urettferdig. - *Vi kan ikke bruke redningspakken i det hele tatt. Den er skreddersydd til DnB NOR, uttalte banksjef Trond Tostrup i Sparebanken Øst til Næringsavisen.no*¹³ Han fikk støtte av hele 60% av spurte banksjefer i en undersøkelse gjort av DN.no. (Kleppe, 2008)¹⁴

Den tilsynelatende skreddersydde pakken og innsidesaken gjorde at DnB NOR fikk mye negativ kritikk. Mange mente samrøre forfordelte banken, og at banken hadde utnyttet sin posisjon. I artikkelen "Tillitskrisen" i Dagsavisen 24.10.08 kommenterer Kaia Storvik den situasjon banken hadde kommet opp i. Hun mener at mistankene om misbruk av tillit kan skade banken selv om det på dette tidspunktet ikke var tatt ut noen tiltale. ...- *Men nest etter penger er tillit en banks viktigste valuta.*

Innsidehandel er ulovlig og kan derfor kategoriseres som økonomisk kriminalitet. Staten eier 34% av banken og i siste utgave av regjeringens eierpolitikk blir det forventet et aktivt samfunnsansvar som innebærer at økonomi og etikk forenes i alle deler av virksomheten, og at styrene og selskapenes ledelse har ansvar for dette. (Storvik, 2008)¹⁵. Dette passer godt med bankens egen definisjon av samfunnsansvar.

Redningspakken skapte store forventninger til banken. Stoltenberg uttalte blant annet at dette var tiden for å vise samfunnsansvar og ikke komme med urimelige belønningvilkår. Dette var et svar på FRPs forslag om at alle banker som ønsket å låne av pakken måtte avstå bonusordninger og opsjønsordninger for sine ledere. (Salvesen, 2008)

¹³ Administrator, (2008), *Redningspakke skreddersydd for DnB NOR, Næringsavisa.no*, lastet ned 21.11.08, http://www.naeringsavisen.no/index.php?option=com_content&task=view&id=14451&Itemid=61

¹⁴ Kleppe, Mads Kvernen (2008) *Slakter redningspakken, A24.no*, lastet ned 20.11.08, <http://arkiv.na24.no/Nyhet/330755/Slakter+redningspakken.html>

¹⁵ Storvik, Kaia (2008), *Tillitskrisen, Dagsavisen.no*, Lastet ned 22.11.08, <http://www.dagsavisen.no/innenriks/article376533.ece>

6.3.1 Kort sammendrag

Redningspakken ga DnB NOR mye oppmerksomhet i media. Bankens tette bånd med norske myndigheter ble av mange oppfattet som konkurransevridene, og urettferdig. Den senere innsidesaken vitnet ikke om en bank som satte åpenhet og aktivt samfunnsansvar i høysetet. Med statens om hovedaksjonær var det ikke uventet at banken kunne nyttiggjøre seg av en slik redningspakke, men flere hadde kanskje ventet at slike tette kontakter tvert i mot fordret en mer profesjonell håndtering av saken. Det er ikke uvanlig at eiere kommer inn for å hjelpe sin bedrift, men regjeringen har et større ansvar, og det var mange banker og derav mange kunder som ikke fikk nytte godt av et tiltak bare to parter tilsynelatende hadde vært med å utvikle.

Hele næringslivet opplevde en krise, og man var avhengig av at ikke bankene ble bremsene i økonomien. I denne sammenhengen var det mange som oppfattet deres rolle i det finansielle system som mer viktig enn deres egen inntjening der og da. Redningspakken hadde som mål og komme hele samfunnet til gode, men fokus endte opp rundt DnB NOR og regjeringen. Dette var med på å true den tilliten pakken egentlig skulle være med å styrke.

6.4 Rentebatt

Rentepolitikk får svært stor oppmerksomhet i media, og det er oftest snakk om renta på boliglån som står i fokus. For privat-kunden er det kanskje nettopp renta som er avgjørende ved valg av bank. Under finanskrisa økte fokuset på rentepolitikken kraftig. Noen gikk så langt som å mene at rentesatsen var et uttrykk for bankens samfunnsansvar. Selv om det er Norges Bank som i hovedsak styrer renta, velger bankene selv hvilken rente de kan tilby.

På høsten -08, opplevde vi en kraftig renteøkning. Norges Bank prøvde å styre unna inflasjon ved renteøkning. DnB NOR fikk mye kritikk for å være kjapp med å sette opp utlånsrenta, og får treg til å sette den ned. Rente satsen er et viktig økonomisk virkemiddel for bankens egen foretningsdrift.

Det er interessant og se hvordan flere tolker dette som et viktig virkemiddel for samfunnsansvar. Renta blir et uttrykk for både bankens foretningmessige drift og samfunnsansvar. Bankens rentemargin bestemmer hvor mye banken skal tjene, men dette må skje innenfor tålegrensene til kundene og markedet forøvrig.

Konsulent og journalist Jarle Aabø kom med sterk kritikk av bankens atferd i en artikkel publisert i E 24, der han mente at banken ga blaffen i egne løfter om samfunnsansvar. Han trakk fram at bankens egen utøvelse av makt var stikk i strid med det banken selv uttalte på sin hjemmeside om samfunnsansvar. Hans påstand var at banken vil stå igjen som den verste innen samfunnsforståelse og omdømmeforvaltning.¹⁶

"Den norske opinion har forlengst talt, og at Rune Bjerke frikobler seg fra opinionens makt." (Aabø:2008)

Det er tydelig at Aabø kobler samfunnsansvar med omdømme. Men også med samfunnsforståelse, og kunne se hva samfunnet forventer. Han mener at bankens siste renteheving viste at Rune Bjerke manglet følelse for et kriserammet samfunn.

Aabøs utsagn er interessant på flere måter. Hvilken opinion er det Aabø refererer til her? Hans påstander er tilsynelatende ikke forankret i noen undersøkelse, meningsmåling eller lignende opinionsmålede verktøy. Utlånsrenten for privat-markedet får svært stor mediedekning. At lav rente er dårlig nytt for de som har penger på bok blir ikke nevnt. Aabø gjør seg til talsmann for den norske opinion, og tillegger denne en makt banken ikke har råd til å se bort fra. I denne opinionen er det privatkunder med gjeld som er hovedpersonene. Bankens eiere, ansatte, og investorer har ikke nødvendigvis et like negativt syn på en rentesats som styrker deres interesser.

Fra bankens ståsted er driften mer sammensatt enn at den til enhver tid kan styres etter opinionen. Banken tjener penger på differansen mellom utlånsrenten mot kunden og renten de selv må låne penger til. Disse inntektene er en vesentlig inntektskilde for banken. Store tap eller konkurs er heller ikke lønnsomt for kundene.

Banken definerer sin utøvelse av samfunnsansvar som en forutsetning for tillit fra omverdenen og foretningmessig suksess. Det blir således et spørsmål om i hvilken grad dette påvirker bankens omdømme og tillit. Aabø mener klart at banken vil tape stort her.

I følge en undersøkelse Synovate gjorde for Dagbladet uke 45 i 2008, viste det seg at 49% av kunder med boliglån ønsket å skifte bank. *"Dette er som en demning som er i ferd med å bryte i Norges største bank, DnB NOR. Bildet som begynner å tegne seg er at banken risikerer kundeflukt. En overveldende del av kundene sier «nok er nok»", sier BI-professor*

¹⁶ Jarle Aabø 2008, *Bjerke knuser DnB NOR E-24*, www.e24.no Publisert: 04.11.08
<http://e24.no/kommentar/spaltister/aaboe/article2751362.ece>

Tor W. Andreassen til Dagbladet.¹⁷ BI-professoren mente DnB NOR ignorerte sitt ansvar om å levere verdier til sine kunder.

DnB NORs informasjonsdirektør Aud-Helen Rasmussen mente på sin side at banken fikk ufortjent mye kritikk, og at boliglånsrenten var konkurransedyktig. *Det er likevel viktig for banken å jobbe hardt for å sørge for fornøyde kunder, uttalte hun til DN.*

Professor Andreassen viser til at kundenes lojalitet til DnB NOR har sunket med ti prosentpoeng siden 2001, men at bankene ikke kommer til å skifte kurs før kundene faktisk tar med seg pengene sine over i andre banker. Det ser ut til at DnB NOR på sin side følger nøye med på det som skjer i markedet, og veier kundetilfredshet opp mot lønnsomhet. Det har også vist seg at bankkunder i Norge er relativt lojale, tross mye kritikk i media.

Norges Bank har flere mål med sin styring av pengemarkedsrenta, økt aktivitet i økonomien forutsetter blant annet husholdningene bruker mer penger. I 2004 befant banken seg i en lignende situasjon. Den tids pressekontakt i DnB NOR Eivind Grønstad mente da at man ikke kan vente at bankene tar på seg et samfunnsansvar og setter ned renten for at Norges Bank skal oppnå sitt inflasjonsmål. - *Vi må se på tilpassinger som går på vår lønnsomhet. Vi har et ansvar for å opprettholde forsvarlig inntjening, uttalte Grønstad til dn.no.*¹⁸ (Hoemsnes: 2004)

I høst så vi at bankens respons til uroen rundt renta var annerledes. DnB NOR fulgte opp kritikken med to rentenedsettelse på en uke, og for første gang var banken Norges billigste boliglånsbank. Informasjonssjef Rasmussen lovet at banken skulle være konkurransedyktig på rente, og raskest til å reagere på endringer i pengemarkedet.¹⁹

6.4.1 Kort oppsummering

Av diskusjonen ser vi at både banken og kundene ønsker seg det alternativet som er mest lønnsomt for seg. Kritikerne har argumentert med at banken skal vise samfunnsansvar

¹⁷ Undersøkelsen ble gjort uke 45, i 2008

¹⁸ Anita Hoemsnes (2004) *Gjerdrem kutter-ikke bankene* DN, lastet ned 15.03.09

<http://www.dn.no/forsiden/article182189.ece> Publisert: 11.03.2004 - 09:31 Oppdatert: 11.03.2004 - 10:50

¹⁹ Linda Nordbø, Stig Martin Norberg (2009) *DnB NOR senker renta igjen-men øker gebyrene* Nettavisen, lastet ned 25.02.09, <http://www.nettavisen.no/okonomi/article2390347.ece>

gjennom å sette ned renta. Samfunnsansvar har i størst grad blitt koblet opp mot tillit og omdømme. Aabøs argumentasjon var basert på at banken gjorde motsatt av det folk ønsket, og at høy rente for noen kunne få negative konsekvenser. Fra bankens ståsted kan det se ut som om atferden mer har blitt motivert av lønnsomhet og økonomisk trygghet. Ut fra bankens egen definisjon av samfunnsansvar er ikke dette nødvendigvis noen motsetning, da lønnsomhet kan føre til bedre tilbud for kundene. Likevel er det tydelig at banken var lydhør ovenfor den kritikk som kom i media.

Bankens rentepolitikk er bare en side ved bankdriften, den betyr mye for mange kunder, og utgjør er viktig faktor når en kunde skal velge bank. Det ble også pekt på at banken kunne miste kunder, omdømme og tillit. All denne argumentasjonen tar utgangspunkt i lønnsomhet. Kritikerne har også vanskelig med å plassere sin kritikk i en større samfunnsansvarlig sammenheng

Hvilket samfunnsansvar har banken når de fastsetter sin rente? Kunder med lån ønsker lav rente, kunder med formue ønsker høy rente. Norges Bank brukte styringsrenta for å få bukt med inflasjon, og for å sikre vekst i økonomien som helhet. Kanskje burde man vente en diskusjon om hvorvidt banken tok del i denne målsettingen, som skulle komme samfunnet til gode. Noen mente at banken utnyttet situasjonen til først å tjene penger til seg selv. En atferd som ikke ble anerkjent i krisetid.

6.5 Salg av strukturerte spareprodukter

En konsekvens av finanskrisa var at verdien i mange selskap gikk drastisk ned, mange gikk konkurs og de alle børser viste røde tall. Dette førte også til at de fleste spareprodukter, fond, og aksjeinvesteringer sank kraftig i verdi. Fallet var dramatisk og mange mistet store verdier. I flere land gikk finansinstitusjoner og banker konkurs, noe som førte til enda større store tap for kunder og investorer. Den globale økonomien sørget for ringvirkninger langt utover bransje og landegrenser. For DnB NOR ble det etter hvert klart at mange av deres kunder var svært misfornøyd med de tap de var påført etter investeringer i såkalte strukturerte spareprodukter.

Mange kunder følte seg lurt av både bankens selger eller rådgiver, når det gjaldt innholdet av produktet de hadde kjøpt og forventningene banken hadde knyttet til produktet. Etter

hvert kom det frem flere eksempler på salg til kunder som ikke hadde forutsetning til å forstå hva de var med på. Mange kritiserte også banken for lure dem ved å presentere falske forhåpninger om utviklingen i markedet. Flere hadde blitt presentert med garantier som ikke holdt mål.

Måten salget av disse produktene hadde foregått på kom i fokus, og i forbindelse med et debattprogram i Redaksjon 1, NRK, møtte ikke bankene opp for å diskutere saken.

Elin Ørjasæter skriver i en kommentar E 24 at DnB Nor har solgt strukturerte spareprodukter over en lav sko, og at de derfor burde stille opp å vedkjenne seg eget produktsalg.

Men hvorfor stilte ikke Dnb NOR? Med førti prosent av markedet har denne banken et samfunnsansvar. Banken må bare tåle at vi stiller høyere krav til dem enn til andre banker. De er størst, og med makt følger ansvar.....Debatten mandag var en debatt det var umulig å komme heldig ut av. Og nettopp derfor burde DnB Nor vært der. For å vise at banken står for det den gjør, også når det blir ubehagelig. (Ørjasæter: 2008)

Flere kunder hadde lånt penger til å foreta investeringer i som ikke gav avkastning. De strukturerte spareproduktene kom i mange varianter, og det ble etter hvert klart at dette for den jevne kunde kunne være vanskelig å sette seg inn i. Når Bankklage nemnda selv skulle behandle saken måtte de leie inn eksterne konsulenter grunnet kompleksiteten i produktene og i selve saken.

Det ble derfor i februar 2008 utarbeidet en forskrift fra Kreditt tilsynet som i praksis gjorde det svært vanskelig for finansinstitusjoner å selge slike produkter til privat kunder.

Det nye regelverket betyr i praksis en full stopp for lånefinansiering av kjøp av sammensatte produkter, sier Bjørn Skogstad Aamo, direktør i Kredittilsynet. - Regelverket vil også bety at banker og andre finansinstitusjoner normalt ikke skal selge slike produkter til vanlige sparere, som ikke kan anses som profesjonelle i denne sammenhengen.(Elisabeth Dalsegg 2008)²⁰

²⁰ Elisabeth Dalsegg, *Skjerper reglene for sammensatte produkter*, www.dinside.no, lastet ned 20.02.09, <http://www.dinside.no/509374/skjerper-reglene-for-sammensatte-produkter>

DnB NOR ble klaget inn for bankklagenemnda i det som har fått navne Røeggen - saken. Dette dreier seg om lånefinansierte strukturerte spareprodukter. Kort forklart lånte investorer penger til denne investeringen, noe som fordret at gevinsten også dekket lånekostnadene.

Bankklagenemnda uttalte at DnB NORs salg av to lånefinansierte strukturerte produkter var i strid med god bankskikk. Det ble lagt til grunn at banken ikke hadde sannsynliggjort at produktet med den tilbudte lånefinansieringen hadde en tilstrekkelig høy, forventet produktavkastning. *Nemnda konkluderte derfor med at " Klageren har krav på å bli stilt som om investeringsavtalene og låneavtalen ikke var inngått".(Lange 2009)*

DnB NOR gjorde det klart allerede samme dag at de var uenig med resultatet og derfor ikke ville følge klagenemndas avgjørelse. Forbrukerrådet var svært skuffet over bankens atferd i denne saken og mente at dette ville få stor økonomiske konsekvenser for den enkelte kunden som har investert i dette produktet. I brev til banken fremhever Forbrukerrådet saken som en prinsipp sak både for domstoler og bankens samfunnsansvar.

Forbrukerrådet ser det som en særdeles viktig oppgave å bidra til en løsning av sakskomplekset med lånefinansierte strukturerte spareprodukter. Vi ønsker at dette gjøres på en enklest mulig måte for de involverte kundene uten unødvendig misbruk av samfunnets ressurser. Vi forutsetter at DnB Nor viser samfunnsansvar gjennom å bidra til en slik løsning, som sikrer at alle bankkunder som faktisk har rett, også får rett" (Lange 2009)

Det blir påpekt at også at banken undergraver en nøytral klagenemnd banken selv har opprettet og som er gratis for kundene.²¹ Forbrukerrådet kommer også med helt detaljerte beskrivelser av hvordan de mener banken skal ivareta samfunnsansvaret i denne konkrete saken. Uten å gå i detalj handler det om å bidra til en snarlig løsning, ikke kjøpe seg ut av saken, respektere dom i saken, og eventuelt la utfallet også få virkning for andre kunder som har kjøpt samme produktet.

Avgjørelsen kan få store konsekvenser for mange banker, da det er beregnet at kundene som har kjøpt lignende produkter har tapt til sammen 14 milliarder kroner totalt.

²¹ Jon-Andreas Lange, forbrukerportalen.no, Brev til DnB NOR ASA, lastet ned 02.05.09, http://forbrukerportalen.no/filearchive/brev_dnb_nor.pdf

Merkevareekspert Hans Mathias Thjømøe ved Handelshøyskolen BI sier til E24 at det er ubegripelig at DnB NOR nekter å følge Bankklagenemnda. Han mener banken gir fullstendig blaffen i sine personkunder. – *Dette er langt mer alvorlig enn at de var trege med å sette ned renten. DnB NOR har allerede et svært dårlig omdømme på våre målinger. De spiller et farlig spill – uten kunder er ikke banken mye verdt.* (Heyerdahl 2009)²²

En undersøkelse basert på Forbrukerrådets årvisse klagetopp la rådet frem en nedslående undersøkelse om norske bankers spareråd. Undersøkelsen viste blant annet at DnB NOR hadde syndet mot norske og internasjonale regler og egne normer på området.

-Manglende oversikt over total kostnader ved investering og manglene skriftlig dokumentasjon er gjengangere. Selgere av spareprodukter gir videre mangelfull opplysning om risiko - og det gis lite tid for kunden til å områ seg. (Stig Martin Solberg 2009)²³

DnB NORs avvisning av Bankklagenemndas avgjørelse førte til rettslig søksmål. Forbrukerrådet sa seg villig til å føre saken for Ivar Petter Røeggen helt til Høyesterett. Medias reaksjoner på DnB NORs atferd i denne saken var stort sett negative. Bankens atferd resulterte i at Forbrukerrådet oppfordret flere til kunder til å ta kontakt for et eventuelt gruppesøksmål. Begge parter fremhever det prinsipielle ved saken. Banken bruker dette på sin side som argument for at saken bør gå i rettsapparatet. Forbrukerrådet på din side mener resultatet vil gi presidens for lignende saker. Noe som kan koste DnB NOR og andre finansinstitusjoner dyrt

DnB NOR på sin side mener at de har en mulighet til å vinne i rettsapparatet. De fastholder sin holdning. *Det går på at vi har annet syn på forventet avkastning og omkostninger enn det Bankklagenemnda kom frem til. Vi mener også at vi har oppfylt vår opplysningsplikt, at kunden har stått fritt til å vurdere tilbudet fra banken, sier informasjonssjef Aud-Helen Rasmussen hun til DN.no.* (Martin Riber Sparre 2009)²⁴

Samtidig har banken utbetalt erstatning til kunder som mener at de har vært offer for dårlig rådgivning eller andre feil når de har investert i lignende produkter.

²² Sindre Heyerdahl 2009, Farlig spill fra DnB NOR, www.e24.no, lastet ned 02.05.09, <http://e24.no/boers-og-finans/article2879193.ece>

²³ Stig Martin Solberg 2009, *Slakter Norske banker*, lastet ned 02.05.09, <http://pub.tv2.no/nettavisen/okonomi/article2536697.ece>

²⁴ Martin Riber Sparre, 2009, *DnB NOR: derfor kan vi vinne*, lastet ned 10.05.09, www.dn.no, <http://www.dn.no/privatokonomi/article1609266.ece>

Det kan være forhold i tilknytning til rådgivningen som har gjort at man rett og slett kan ha misoppfattet ting. Når folk har klaget på det, har det gitt oss en mulighet til å rette opp hvis noe har vært feil, sier Rasmussen.

Det er altså ikke snakk om klager på selve produktene. Banken ville ikke si hvor mange saker dette dreide seg om, men at sakene skilte seg fra Røeggen-saken ettersom det der er klaget på beregningsgrunnlaget for den ventet avkastning. (Martin Riber Sparre)²⁵

6.5.1 Kort oppsummering

Dette tyder på at DnB NOR setter klare grenser for hvor de mener at deres ansvar skal gå i denne saken. De sier klart i fra at selve rådgivningen er deres ansvar, men mener at produktene de har solgt er gode nok. I Røeggen – saken er det beregning av sannsynlig gevinst det er uenighet om i rettsapparatet. I media er det andre sider ved saken som har fått den største oppmerksomheten.

Det blir pekt på at banken ikke har vært god nok i sin kommunikasjon til sine kunder om dette produktet, og eventuelle mulige konsekvenser. Bankklagenemda bruker begrep som ”god bankskikk”. For Forbrukerrådet er det viktig at kunder som ”har rett- får rett”. Det dreier seg altså i liten grad om utregning og selve produktet, men selve salget og omstendighetene rundt dette.

Kristin Halvorsen ga derfor sin støtte til Kredittilsynets forslag om å forby tittelen rådgiver til selgere. *Problemet med disse produktene er at de som har solgt dem, som har kalt seg rådgivere, har hatt såpass stor provisjon av salgene, at det har stått i fokus for salget.* (Tørring 2009).²⁶

Debatten i media rundt folks tap innen strukturerte spareprodukter har satt fokus på både typer produkt, bankens rolle som både forvalter, selger og rådgiver, men ikke minst hvordan ansvaret skal deles mellom den enkelte kunde og banken.

Ikke alle er enige med Forbrukerområdet. I blogger, og kommentarer og debattfora på ulike nettsteder mener mange privat personer at folk selv har et stort når de velger å investere

²⁵ Martin Riber Sparra 2009, *DnB NOR Betaler erstatning*, lastet ned 10.05.09, www.dn.no
<http://www.dn.no/privatokonomi/article1608847.ece>

²⁶ Caroline Sessvold Tørring, 2009, lastet ned 11.05.09, www.vg.no *Vil kaste rådgiverne ut av banken*, Kilde Dine Penger, <http://www.vg.no/dinepenger/artikkel.php?artid=542534>,

pengene sine på denne måten. Utfordringen for kunden er selvsagt om man får den informasjonen man trenger slik at man skjønner hva man er med på.

DnB NOR har en klar policy på hvordan riktig rådgivning av kunder skal foregå. Åpenhet og tydelighet er nevnt som verdier innen samfunnsansvar. Banken har en egen aktsombetsmatrise som skal veilede ansatte i kredittvirksomheten. Banken har også valgt å erstatte tap for enkelte kunder som har lidd tap. Dessverre vil ikke banken redegjøre for etter hvilke kriterier erstatning er gitt eller hvor mange saker det gjelder.

Tidligere ansatte i banken forteller om en kultur der det gjaldt å selge mest mulig, og å skape behov kunden. *Salgstallene i seg selv gir en klar indikasjon på at vi er selgere som skal drive råsalg, fremfor rådgivning, sier den tidligere rådgiverne i DnB NOR til DN.no som velger å være anonym.* (Odd Steinar Parr 2008)²⁷

I denne saken kan man si at grensene for samfunnsansvar i stor grad ble regulert av staten gjennom opprettelse av nye forskrifter. DnB NOR hadde solgt slike spareprodukter siden 90-tallet og mente selv at produktet i seg selv ikke var dårlig. Om det var bankenes praksis rundt salget eller produktet som ikke tålte nedgangstider diskuteres ennå. Store tap for enkelt mennesker fikk uansett staten til å reagere. Forskriften skjerpet inn opplysningsplikten, og hadde som målsetting og sikre at banken faktisk solgte produktet til mennesker som forstod hva disse innebar.

Det er kun en liten del av kundene som har vært involvert i slike produkter, men prinsipielt har det vært en viktig sak for å definere hvor grensene for ansvar skal gå.

DnB NOR hadde mulighet til å ta ansvar tidligere i denne prosessen. De har til en viss grad innrømmet feil i noen saker. En rettssak vil kanskje komme med ytterligere klargjøring. Ingen kan spå markedet, og man kan ikke anklage banken for ikke å ha forutsett den krisen som rammet en hel verden. Spørsmålet blir derfor om banken gjorde nok for å sikre sine kunders investeringer, eller om de var mer opptatt av kortsiktige salgsmål.

I denne saken har også debatten i media vært preget av at objektet man diskuteres har vært vanskelig og forstå, og det har heller ikke rammet en like stor gruppe. Debatten har derfor ikke vært like mye fremme i den vanlige dagspressen, men mer i rendyrkede økonomisk fora. Likevel har de fleste kunne kjenne seg igjen i det å kjøpe katta i sekken.

²⁷ Odd Steinar Parr 2009, Vi skulle drive råsalg, www.hegner.no, lastet ned 17.04.09, Kilde DN.no, http://www.hegner.no/personlig_ekonomi/sparing_pensjon/article250718.ece

7. Konklusjon

DnB NORs egen definisjon av samfunnsansvar har blitt satt på prøve under finanskrisa. Banken har fått svært mye oppmerksomhet i media, og mye har vært kritikk av bankens atferd. Målet for sin egen samfunnsansvarlige strategi er blant annet å sikre langsiktig lønnsomhet og tillit. Denne strategien har ikke vært tilstrekkelig for å unngå krisen de selv har opplevd, selv om de aktivt var med på oppturen og tjente gode penger på dette.

Samfunnsansvar har fått mye plass på deres hjemmesider, men rapporten for 2008 har ennå ikke kommet. I media har fokuset stort sett ikke vært knyttet til bankens egen definisjon, og banken har i liten grad selv gått ut for å forsvare eller klargjøre sine mål for samfunnsansvar i tilsvar, eller på egne informasjonssider.

DnB NOR har definert sitt samfunnsansvar på sine sider. De jobber til daglig med gjennomføringen av og strategier rundt dette. Samfunnet som sådan har ingen slik tilnærming til begrepet. Gjennom offentlig debatt kan vi likevel fokusere på hva vi mener er viktig i forhold bedriftenes rolle i samfunnet, og hvordan vi ønsker at deres samfunnsansvar skal være.

I media er tolkningene av bankens atferd basert på folks egne forventninger til banken og til de konkrete saker som er tatt opp. De tre sakene jeg har sett på belyser også ulike forventninger til bankens samfunnsansvar. Redningspakken satte fokus på bankens rolle i det økonomiske system, og den sterke posisjon banken har i norsk næringsliv. Redningspakken var godt tilpasset bankens behov, og ga dermed DnB NOR et fortrinn i forhold til enkelte andre banker.

For banken var dette viktig, men gevinsten for samfunnet som helhet er kanskje ikke like tydelig. Mange kunder og bedrifter var knyttet opp mot banker som ikke kunne nyttiggjøre seg av tiltaket. Det kunne virke som om regjeringen hadde opptrådt mer som en vanlig eier i denne saken. Banken som på sin side var trukket inn som "konsulent" i denne prosessen, hadde heller ikke tatt høyde for andre interesser i samfunnet.

Rentebatten fikk for alvor fart i den offentlige debatten rundt bankens samfunnsansvar. Renta ble av flere nærmest et mål på samfunnsansvar. Høy rente ble tolket svært negativt, og

mange mente at banken ikke var i takt med egne kunders ønsker og behov. Et annet moment var differansen mellom styringsrenta og den renta som ble tilbudt bankens kunder. Banken ble anklaget for å tenke på egen inntjening før kundenes interesser.

Røeggen- saken handlet mer om hvordan banken hadde opptrådt i salg av enkelte strukturert spareprodukter. Det handlet også mye om hvordan de taklet at Bankklagenemnda ga kunden medhold i sine beskyldinger om at banken ikke hadde solgt et dårlig produkt. Banken på sin side tolket denne saken som et spørsmål om beregning, og ikke som dårlig rådgivning.

For mange handlet dette ikke kun om penger som var gått tapt, men også i hvilken grad man kunne stole på bankens råd og kunnskap. Noen tolket dette som enda et eksempel på at banken var mer opptatt av egen kortsiktig gevinst, og ikke kundenes beste.

Det kommer klart frem at samfunnsansvar blir satt i sammenheng med etikk og moral, om hva vi mener er riktig eller ikke å gjøre i en gitt situasjon. Banken er villig til å prøve Røeggen saken i retten for å vise at de ikke har gjort noe galt. Røeggen og Forbrukerrådet er på sin side ute etter å bevise at man kan handle galt selv om man ikke bryter loven.

Det er også klart at uttalte særinteresser i en sak sjeldent legger samfunnets interesser til grunn for sine argumenter. Bedriftene og vitenskapen har lenge utforsket begrepet og på sin side definert dets innhold. Spørsmålet som blir tydeligere i denne oppgaven er hvem som skal representere samfunnets interesser.

Saker presentert i media skaper ofte et ganske enkelt og ensidig bilde. Det er vanskelig å sette seg inn i de ulike finansielle instrumentene, det er også vanskelig å se hele sammenhengene i et stort konsern. Mange dømmer banken ut fra enkeltsaker eller enkelt hendelser. Dette er på en måte naturlig, og det er gjennom konkrete saker at vi klart ser konsekvenser av handlinger og policy.

I debatten om hva som er bankens samfunnsansvar blir det lett slik at enkeltstemmer og enkelt interesser blir lettere hørt enn andre. Media skal være en objektiv formidler, men de som formidler sine tanker og ideer er ikke objektive. Noen har også bedre tilgang til å få sine tanker på trykk, og vi har ingen garanti for at disse representerer andre enn seg selv.

Det ble i liten grad diskutert samfunnsansvar generelt, og det kunne vært et fruktbart utgangspunkt. Det var heller ikke mange artikler som selv definerte hva de la i begrepet før de anklaget banken for å mangle det. Av de ulike bidragene ser man folk har forskjellig mening om hva det innebærer. Det er også ulike forventninger til bankens rolle i de ulike sakene. Det

er også få som setter sine argumenter inn i en større samfunnsansvarlig sammenheng. Man kunne jo tenke seg at argumentet for en lavere rente også burde være basert på noen samfunnsansvarlige prinsipper eller tanker, utover eget behov.

7.1 Omdømme eller populisme

Å bruke media som kilde for samfunnets forventning, kan fort brikke over i populisme. Samfunnsansvar kan ikke uten videre likestilles med det opinionen hele tiden mener. Likevel ser vi at opinionen har svært sterk innflytelse fordi samfunnsansvar i stor grad blir tolket som tillit og omdømme.

Jarle Aabø beskriver begrepet på denne måten: - *For innsidere er begrepet samfunnsansvar som en strikk. Det kan fylles med nærmest et hvert innhold.*

Øyvind Ihlen ved Universitetet i Oslo, skriver i boken «Informasjon og samfunnskontakt» at en rekke lover regulerer en bedrifts samfunnsansvar. «*Det er likevel viktig å være klar over at det er ikke lovverket, men opinionen som bestemmer grensene for de etiske forpliktelsene selskapet har.*»²⁸

Ørjasæter peker på den voksende oppmerksomhet økonomi har fått i tabloidpressen. *Det er tøft å være skyteskive for en samlet stand tabloidjournalister, særlig når majoriteten av dem ikke skjønner forskjellen på aksjer og obligasjoner.* (Ørjasæter 2008)²⁹

Bankens gjøren og laten får nå mye mer oppmerksomhet enn tidligere. Vi blir oppdatert daglig på hva som skjer gjennom utallig nettaviser, der mange er spesialisert på finans og økonomi. Opinionen har også blitt et marked der media slåss om oppmerksomheten, for stadig å selge flere nyheter.

Den offentlige debatten er også preget av teorimangfold og ulike definisjoner av begrepet samfunnsansvar. Dette gjør noe med kommunikasjonen mellom bedrift og samfunn. Det er lett å finne en definisjon som passer til egen bedrift, og på den måten oppfylle egne målsettinger om samfunnsansvar. I eksemplene jeg har sett på er det tydelig at media ikke

²⁸ www.e24.no Publisert: 04.11.08 <http://e24.no/kommentar/spaltister/aaboe/article2751362.ece>

²⁹ Elin Ørjasæther 2008, www.e24.no, lastet ned 05.12.08, <http://e24.no/kommentar/e24-kommentar/article2767746.ece?service=print>, Publisert: 10.11.08 14:28, Oppdatert: 13.11.08 15:51

har vært så opptatt av bankens eget utgangspunkt, men heller å fortelle hva deres egne forventninger til bankens atferd er.

Dette føyer seg inn i de teoretiske perspektiver som legger stor vekt på interessenter, og samfunn som hovedaktør når ansvaret skal defineres. For banken innebærer dette en åpen og pågående meningsutvikling med disse.

Nyeng legger vekt på at den rollen man ser seg selv i har stor innvirkning på ens atferd. Det vil være en stund til DnB NOR og samfunnet har samme forståelsen av dette. Utfordringen ligger i at samfunnet representerer mange ulike interesser. Det vil alltid være et definisjonsspørsmål om hvem samfunnet til enhver tid er.

Det kommer klart frem at samfunnsansvar blir satt i sammenheng med etikk og moral, om hva vi mener er riktig eller ikke å gjøre i en gitt situasjon. Det er også klart at uttalte særinteresser i en sak sjeldent legger samfunnets interesser til grunn for sine argumenter. Bedriftene og vitenskapen har lenge utforsket begrepet og på sin side definert dets innhold. Spørsmålet som blir tydeligere i dag er hvem som skal representere samfunnets interesser. Vi har sett at ulike interesser tolker samfunnsansvar forskjellig og ser bankens atferd gjennom sitt eget perspektiv.

Det er lett å være i opposisjon, og presentere enkelt interesser, uten å ta ansvar verken for helhet, og hva en legger i samfunnsansvar. Jeg mener at den debatten vi har vært vitne til i media dessverre ikke bidrar til en utdypning av begrepet på et mer prinsipielt plan. Det kunne vært fruktbart. Det å ta hensyn til enkeltkrav fra opinionen er ikke nødvendigvis det samme som å ta samfunnsansvar. Jeg mener derfor at vi alle kunne hatt nytte av at den akademiske debatten rundt begrepet ble løftet ut av høyskolene og universitetene. Mye forskning og erfaring kan med fordel deles med flere for å få en nyansert offentlig debatt.

Jeg mener at min oppgave har vist at vi fortsatt har en vei å gå for å få samfunnsansvar med i samfunnsdebatten. Samfunnsansvar som begrep er kommet for å bli. Hva vi legger i det er like åpent nå, som det ellers har vært. Finanskrisen aktualiserte begrepet, og koblet til andre saker enn bærekraftig utvikling og rettferdig handel. Medias rolle som bærer av en samfunnsansvarlig debatt har sine begrensninger. Likevel har de en viktig rolle for å få frem hvordan bedrifters praktisering av samfunnsansvar faktisk foregår. Utfordringen for samfunnet i samfunnsansvarsdebatten ser ut til å være hvordan man skal bli enige om hvilke

behov og interesser som er til det beste for oss, utover det som allerede er regulert. Dette vil alltid være en pågående debatt der både bedrifter og interesser i samfunnet må delta.

Referanseliste

Brenkert, George G. *Corporate Integrity & Accountability*, Sage publications Thousand Oaks, London India 2004

Brinkmann, Johannes. *Etikk for næringslivet, Perspektiver og praksis. 2 utg.* Unipub forlag, Oslo 2003.

Crane et al. *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, Oxford University Press. Oxford 2008.

Carson, Siri Granum / Norunn Kosberg. 2003. *Etisk forretning, bedriftens samfunnsansvar.* Cappelen Akademiske Forlag, Oslo 2003

Djursø, Helene Tølbøll & Petter Neergaard: *Sosial ansvarlighet, fra idealsime til forretningsprinsipp.* Academica Århus, 2006

Holme, Idar Magne & Solvang, Bernt Krohn. *Metodevalg og metodebruk.* Tano Aschehoug, Oslo 2 opplag 1998.

Kleppan, Tunestveit, Johansen. *Synliggjøring av Ikeas samfunnsansvar.* Bachelor studie i Informasjon og Samfunnskontakt. 2004 BI Norges Markedshøyskole.

Lundestad, Erik. *Kan Etikk og økonomi forenes?*, *Magma, tidsskrift for økonomi og ledelse*, nr 1.s 77-88 (2005)

Marnburg, Einar. *Etikk i næringslivet. Et teoretisk og empirisk studie av individets, organisasjonens og utdanningen betydning for adferd i etiske konfliktsituasjoner.* Tano Aschehoug. (1998)

Nystad, Øystein. (red) 2008. Kompendium: Etiske utfordringer, Styrekurs. Senter for økologisk økonomi og etikk, Handelshøgskolen i Bodø

Nordhaug, Odd & Hans-Ivar Kristiansen mfl. *Retorikk, organisasjon og ledelse,* Forlag1, Oslo 2007

-Nyeng, Frode: *Bedrifter, retorikk og samfunnsansvar.* S.257-280

Oppedal, Mons Even. *Bankkrisen: er en ny bankkrise sansynlig i dag sett på bakgrunn av erfaringene fra den forrige bankkrisen?* 2.mai 2002, økonomisk institutt, Universitetet i Oslo. Hovedoppgave for Cand .polit-graden

Reinertsen, Trond R. et al: *Kredittliberalisering og bankkrise.* Rapport fra et kredittpolitisk seminar 21-22 nov. 1991, NORAS.

Smith, Kristin Haugland & Øystein Nystad. *Samfunnsansvar – litt mitt litt ditt*,
Masteroppgave HHB 1 juni 2004

Aasland, Dag. *Økonomiens grenser og etikkens nødvendighet : en vei til Emmanuel Levinas.*
Cappelens Akademiske forlag. Oslo 2005

Atrikler hentet fra internett:

(-etter rekkefølgen de er brukt i dokumentet)

¹**Ørjasæther, Elin**, (2008) *Feige Banker*, lastet ned 20.11.08. Publisert: 13.11.08 14:28,
<http://e24.no/kommentar/e24-kommentar/article2767746.ece>

¹**Zahl, Jan** (2008), *Filosofi for finanskriser*, lastet ned 05.12.08. Publisert 29.11.2008 06:00 -
Oppdatert 29.11.2008 12:50 http://aftenbladet.no/magasin/952194/Filosofi_for_finanskriser.html

¹**Aanensen, Kristian** (2008), Låner bankene 350 milliarder, NRK.no, lastet ned 20.11.08,
<http://www.nrk.no/nyheter/okonomi/1.6258336>

¹**Ginés, Patricia** (2009) *Hadde kun kontakt med DnB NOR*, NRK.no, lastet ned 20.11.08,
<http://www.nrk.no/nyheter/okonomi/1.6270465>

¹**Administrator**, (2008), *Redningspakke skreddersydd for DnB NOR*, *Næringsavisa.no*, lastet ned
21.11.08,
http://www.naeringsavisen.no/index.php?option=com_content&task=view&id=14451&Itemid=61

¹**Kleppe, Mads Kvernen** (2008) *Slakter redningspakken*, A24.no, lastet ned 20.11.08,
<http://arkiv.na24.no/Nyhet/330755/Slakter+redningspakken.html>

¹**Storvik, Kaia** (2008), *Tillitskrisen*, *Dagsavisen.no*, Lastet ned 22.11.08,
<http://www.dagsavisen.no/innenriks/article376533.ece>

¹**Hocmsnes, Anita** (2004) *Gjerdrem kutter-ikke bankene* DN, lastet ned 15.03.09
<http://www.dn.no/forsiden/article182189.ece> Publisert: 11.03.2004 - 09:31 Oppdatert: 11.03.2004 -
10:50

¹**Nordbø, Linda og Stig Martin Norberg** (2009) *DnB NOR senker renta igjen-men øker gebyrene*
Nettavisen, lastet ned 25.02.09, <http://www.nettavisen.no/okonomi/article2390347.ece>

¹**Aabø, Jarle** 2008, *Bjerke knuser DnB NOR E-24*, www.e24.no Publisert: 04.11.08
<http://e24.no/kommentar/spaltister/aaboel/article2751362.ece>

¹**Dalsegg, Elisabeth** *Skjerper reglene for sammensatte produkter*, www.dinside.no, lastet ned
20.02.09, <http://www.dinside.no/509374/skjerper-reglene-for-sammensatte-produkter>

¹**Lange, Jon-Andreas**, forbrukerportalen.no, Brev til DnB NOR ASA, lastet ned 02.05.09,
http://forbrukerportalen.no/filearchive/brev_dnb_nor.pdf

¹**Heyerdahl, Sindre** (2009), *Farlig spill fra DnB NOR*, www.e24.no, lastet ned 02.05.09,
<http://e24.no/boers-og-finans/article2879193.ece>

¹ **Solberg, Stig Martin** (2009), *Slakter Norske banker*, lastet ned 02.05.09, <http://pub.tv2.no/nettavisen/okonomi/article2536697.ece>

¹ **Sparre, Martin Riber** (2009), *DnB NOR: derfor kan vi vinne*, lastet ned 10.05.09, www.dn.no, <http://www.dn.no/privatokonomi/article1609266.ece>

¹ **Sparre, Martin Riber** (2009), *DnB NOR Betaler erstatning*, lastet ned 10.05.09, www.dn.no, <http://www.dn.no/privatokonomi/article1608847.ece>

¹ **Sessvold Tørring, Caroline** (2009), lastet ned 11.05.09, www.vg.no *Vil kaste rådgiverne ut av banken*, Kilde Dine Penger, <http://www.vg.no/dinepenger/artikkel.php?artid=542534>,

¹ **Parr, Odd Steinar** (2009), *Vi skulle drive råsalg*, www.hegnar.no, lastet ned 17.04.09, Kilde DN.no, http://www.hegnar.no/personlig_okonomi/sparing_pensjon/article250718.ece

¹ **Ihlen, Øyvind** (2008) *Kommunikasjon og samfunnskontakt*, lastet ned 05.12.08. Publisert: 04.11.08 <http://e24.no/kommentar/spaltister/aaboe/article2751362.ece>

¹ **Ørjasæther, Elin** (2008), www.e24.no, lastet ned 05.12.08, <http://e24.no/kommentar/e24-kommentar/article2767746.ecc?service=print>, Publisert: 13.11.08 14:28. Oppdatert: 13.11.08 15:51