

**Indland**Morten Frich [Følg +](#)**ABONNEMENT** LÆSETID 7 MIN.**NGO mistænkes for at svindle med støtte til bæredygtighed i tøjbranchen**

Clean Clothes Campaign gik i et hårdt angreb på bl.a. koncernen bag Tøjeksperten efter Rana Plaza-ulykken og forlangte bedre kompensation til ofrene. Den 6. december 2016 iførte en gruppe aktivister sig røde Mellempolærstet Samvirke-kedeldragter og blokerede Tøjeksperten i Fields og Frederiksbergcentret bag banneret: »Aldrig mere en Rana Plaza-katastrofe!«

Clean Clothes Campaign

30. november 2017

**Kommentarer (0)**

De skulle være den gode kraft. Dem, der pressede de store multinationale tøjfirmaer til at tage deres sociale ansvar på sig. De ville se forbedringer for tekstilarbejdere i Den Tredje Verden.

Men der har vist sig et problem – mens den danske NGO ville holde industrien ren, glemte den at holde sig selv ren.

Udenrigsministeriet har været nødt til at orientere ministeren samt Rigsrevisionen om, at der er »mistanke om uregelmæssigheder i mindre dansk NGO's håndtering af midler under CSR-puljen«.

CSR står for Corporate Social Responsibility. Den danske NGO er Clean Clothes Campaign Denmark. Ministeriet bevilgede i 2013 lidt under 2 mio. kroner. Alle pengene er udbetalt, og projektet sluttede ved udgangen af 2016.

Men NGO'en henvendte sig 7. juni 2017 til ministeriet, fordi »der er opstået begrundet mistanke om uregelmæssigheder i bevillingen«. Der var taget »nødvendige ledelsesmæssige tiltag til håndtering af sagen« og igangsat »ekstern revision«:

»Der er fortsat ikke klarhed over, hvor stort et beløb uregelmæssighederne vedrører.«

22. november skriver Udenrigsministeriet til Rigsrevisionen, at det indtil videre ikke har været muligt at gennemføre den ekstraordinære eksterne revision »blandt andet grundet manglende adgang til det relevante regnskabsmateriale«. NGO'ens bestyrelse har valgt »at tage disciplinære tiltag over for en medarbejder«.

At sagen er alvorlig, lægger ministeriet ikke skjul på: »Såfremt der ikke vil kunne gennemføres revision, vil videre skridt i sagen blive overvejet, herunder et eventuelt krav om tilbagebetaling.«

Hvad i alverden er der sket i NGO'en? Information har set nærmere på sagen.

## Ingen penge

I de første mange år hutlede de sig igennem. En gruppe af frivillige lagde gratis tid og hjerteblod for at rejse sagen om forholdene i tekstilindustrien i Den Tredje Verden. De ønskede at gøre forbrugerne aktive i kampen. Sammen skabte de Clean Clothes Campaign Denmark, men også Aktive Forbrugere.

En af dem var Magnus Bundgaard Nielsen. Han har blandt andet gratis lavet en hjemmeside for kampagnen.

»Vi gjorde det, fordi vi synes, det var vigtigt. Vi havde ingen penge dengang.«



Hjælpearbejdere leder efter overlevende, efter at bygningen Rana Plaza i Bangladesh var kollapsede den 24. april 2013. Rana Plaza husede på det tidspunkt fem tekstilfabrikker, der producerede for virksomheder i Europa og USA. 1134 mennesker omkom. Flere tusinde blev såret. Rana Plaza blev symbolet på det farlige forhold i industrien – og prisen for de billige t-shirts, vi køber og smider væk.

© G.M.B. Akash, Panos Pictures

Det ændrede sig efter 24. april 2013. Bygningen Rana Plaza i Bangladesh kollapsede. Rana Plaza husede på det tidspunkt fem tekstilfabrikker, der producerede for virksomheder i Europa og USA. 1134 mennesker omkom. Flere tusinde blev såret.

Rana Plaza blev symbolet på det farlige forhold i industrien – og prisen for de billige T-shirts, vi køber og smider væk. Rana Plaza blev et 'wake-up-call', som fik regeringer, virksomheder og civilsamfundet til at forlange forandringer, ordnede forhold og ordentlig kompensation til de berørte.

Det danske udenrigsministerium udvidede sin CSR-pulje og besluttede sig for at støtte Clean Clothes Campaign Denmark, som havde Aktive Forbrugere og 3F i ryggen. Med millionbevillingen – knap to mio. i alt over tre år – fra CSR-puljen kunne kampagnen lønne halvanden medarbejder og leje sig ind i lokaler hos Mellemløst Samvirke.

På kampagnesiden Clean Clothes Campaign Denmark spurgte de: »Hvordan kan det være, at millioner af tekstilarbejdere lever i fattigdom, selv om de arbejder mere end fuldtid med at sy vores tøj?«

De illustrerede problemet med en T-shirt og viste interesserede, at tøjarbejderne tjener mellem en halv og tre procent af det, forbrugerne betaler for f.eks. en T-shirt. Det kan man ikke leve af – »heller ikke i de fattige lande«. Desuden er tøjarbejdernes arbejdsmiljø farligt.

»Clean Clothes Campaign kæmper for at forbedre vilkårene for arbejderne og få tøjvirksomhederne til at tage ansvar.«



Clean Clothes Campaign Denmark har blandt andet lavet en T-shirt, der viste, at tøjarbejderne tjener mellem en halv og tre procent af det, forbrugerne betaler for f.eks. en T-shirt.

Mere end noget andet forlangte de »transparens« af firmaer som HM og Tøjeksperten. De skulle lægge alle leverandører åbent frem og samlede underskrifter ind mod virksomhedernes »hemmeligholdelse«: »Skriv under for åbenhed.«

Clean Clothes Campaign gik ud i et hårdt angreb på bl.a. koncernen bag Tøjeksperten efter Rana Plaza-ulykken og forlangte bedre kompensation til ofrene. Tekstilbranchen gik til modangreb – den følte sig udsat for afpresning og hetz og mente, at kampagnen reelt skadede det seriøse CSR-arbejde, virksomhederne allerede var i gang med.

Det var ikke mindst kravet om total åbenhed om alle leverandører, striden stod om. Branchen sagde, at det var helt urealistisk og ville skade dem i konkurrencen. Samtidig delte Clean Clothes Campaign og Aktive Forbrugeres stil og metoder vandene.

Så sent som 6. december 2016 iførte en gruppe aktivister sig røde Mellempfolkelig Samvirke-kedeldragter og blokerede Tøjeksperten i Fields og Frederiksbergcentret bag banneret: »Aldrig mere en Rana Plaza-katastrofe!«

På røde skilte stod der: »Tag ansvar, Tøjeksperten.«

### Røde flag

I foråret 2017 fik Clean Clothes Campaign Danmark ny bestyrelse – Magnus Bundgaard Nielsen blev formand og glædede sig til at tage kampagnen til et nyt niveau.

I stedet gjorde revisionen opmærksom på uregelmæssigheder med lønudbetalinger i 2016. Der var ikke svaret skat af lønningerne, og de var udbetalt a conto. I begyndelsen troede bestyrelsen, at der måtte være tale om almindeligt sjusk eller fejl, og sekretariatschefen, som stod for økonomien, lovede at få det rettet.

Men så opdagede bestyrelsen noget endnu mere alvorligt: Der var udsendt lønsedler, hvor det så ud, som om at der var svaret skat. Det fik dem til at grave. De opdagede mærkelige kontanthævninger fra kampagnens konto på tusindvis af kroner.

De opdagede, at 60.000 kroner var ført fra kampagnens konto til Aktive Forbrugeres, hvor sekretariatschefen også sad som sekretariatschef. Der stod bare 'honorar', selv om der aldrig var aftalt et sådan honorar.

Sekretariatschefen samarbejdede ikke efter bestyrelsens opfattelse. Derfor valgte bestyrelsen at skride til bortvisning af sekretariatschefen, og de meldte ham til politiet. Men samtidig mistede de adgangen til dele af regnskabsmaterialet, da lønningerne var kørt via Aktive Forbrugeres lønsystem.

Sekretariatschefen, som nu er meldt til politiet, har ikke reageret på Dagbladet Informations henvendelser.

Bestyrelsesformand Magnus Bundgaard Nielsen siger: »Det har været en meget smertefuld oprydning. Jeg har kendt den pågældende medarbejder personligt gennem mange år som en ildsjæl og en ven.«

Det værste er den skade, det vil gøre på Clean Clothes Campaign Danmarks sag, siger Magnus Bundgaard Nielsen: »Det er en joke – vi er verdens største joke. Vi slås for gennemsigtighed og for at holde virksomheder ansvarlige. Jeg ved ærligt talt ikke, hvordan nogen skal kunne tage os alvorligt igen.«

Det piner ham især, at han og bestyrelsen trods et halvt års oprydningsarbejde stadig ikke kan svare på, hvor mange penge der reelt er væk, og hvor de er blevet af.

### Ufærdige regnskaber

Det er en alvorlig sag. Der ligger et godkendt og revisionspåtegnet regnskab for 2014. Men efter at revisionshuset Grant Thornton afdækkede uregelmæssighederne i foråret, har revisoren for 2015, Ernst & Young, trukket deres påtegning for 2015. 2016-regnskabet kan heller ikke færdiggøres.

I princippet tilhører midlerne i projektet Udenrigsministeriet, indtil der ligger et revisionsgodkendt regnskab. Det betyder, at der kan blive tale om en tilbagebetaling på over en mio. kroner. Penge, som Clean Clothes Campaign ikke har.

Det er ikke første gang i Udenrigsministeriets historie, at midler går tabt. Men normalt er det noget, man forbinder med problemer med samarbejdspartnere i Den Tredje Verden.

Kontorchef Ole Thonke fra Udenrigsministeriets kontor for vækst, beskæftigelse og erhverv, siger:

»Det her sker ikke ofte i en dansk kontekst. Vi tager altid sådanne sager meget alvorligt. Når vi har klarhed over beløbet, og udfaldet af organisationens undersøgelser, vil vi tage stilling til eventuelt tilbagebetalingskrav over for organisationen. Det er bestyrelsens ansvar at håndtere sagen, og vi følger deres opfølgning på sagen nøje.«

### Moralens vogter svigter

Professor i CSR på Copenhagen Business School, Esben Pedersen, kalder sagen »yderst uheldig«.

»Det er yderst uheldigt, hvis en NGO, der gerne vil repræsentere det gode og prædiker transparens, ikke selv kan leve op til de mest basale standarder. Det ser aldrig pænt ud, at moralens vogtere ikke selv kan leve op til de standarder, man forlanger af andre.«

Det er navnlig katastrofalt for en aktivistisk NGO.

»En NGO lever fuldstændigt af den legitimitet, den har i omverdenen. Den har ikke store budgetter eller et kendt produkt – den har kun sin troværdighed. Hvor længe har man vidst det, hvad har man gjort, og hvad er der rent faktisk sket? Det må man forlange svar på.«

CSR-chef Pia Odgaard fra brancheorganisationen Dansk Mode & Textil har gennem årene haft hårde kampe med Clean Clothes Campaign Danmark.

»Det er meget ærgerligt, hvis der er uregelmæssigheder i anvendelsen af midler fra CSR-puljen. Det er en pulje, som skal fremme samfundsansvar, og en del af samfundsansvaret er netop at sørge for, at midlerne anvendes til at understøtte organisationers og virksomheders arbejde med at styrke