

TV-reportasjen: ”Norsk klesimport fra Burma”

Bakgrunnsinformasjon og konsekvenser av det journalistiske arbeidet.

Oppdragsgiver: Kirkens Nødhjelp

I februar 2001, ble **Borgen Production**, engasjert av **Kirkens Nødhjelp** for å kartlegge norsk klesimport fra militærdiktaturet i Burma.

Kirkens Nødhjelp ønsket en rapport om denne samhandelen – og håpet at arbeidet og denne rapporten kunne gi grunnlag for en reportasje om forholdene – inkludert en mulig reise til Burma.

Offisielle statistikker viste på dette tidspunktet at slik kles-import, fra et av verdens mest brutale militærregimer, var tredoblet i løpet av det siste året. Det var skjedd til tross for at Kjell Magne Bondevik som statsminister oppfordret norsk næringsliv til å innstille all økonomisk samhandel med regimet.

Borgen Production ansatte journalist David Stenerud til å delta i research-arbeidet.

Research-arbeidet strakk seg på heltid over en periode på over tre måneder – og endte med en rapport som avslørte navnene på flere av Burma-importørene på det norske markedet og på de klesmerkene som ble importert. (Se vedlegg)

Triumph- den internasjonale ”verstingen”:

Samtidig viste researchen internasjonalt, at ”verstingen” når det gjelder klesproduksjon i Burma er undertøygiganten, Triumph. Selskapet er markedsleder i Norge på undertøy.

Dette selskapet, som har 30 000 ansatte i en rekke land, erkjenner åpent at det driver slik produksjon i Burma, og ulike organisasjoner over hele verden har gang på gang protestert mot Triumphs Burma- produksjon. Blant annet har det vært ukentlige kvinne-demonstrasjoner utenfor Triumphs hovedkontor i Sveits.

Ut fra prinsippet om at en journalist ikke får NEI før han har spurt, sendte jeg et brev til Triumphs ledelse og ba om tillatelse til å besøke selskapets fabrikk i Burmas hovedstad, Rangoon. Selskapet ga meg tillatelse til å besøke fabrikken i Burma.

Reisen til Burma:

Reisen til Burma fant sted 28. mai. Vi reiste til hovedstaden, Rangoon, fra Thailand. Etter råd fra TV-journalister i Bangkok, reiste vi inn i landet som turister og med turist-lignende kamerautstyr. Journalistvisum er umulig å få til Burma – og profesjonelt kamerautstyr ville ha blitt konfiskert på flyplassen – og vi ville ha blitt sendt ut av landet øyeblikkelig.

Vi gjennomførte vårt bedriftsbesøk den 29. Triumphs fabrikk ligger inne i et område eiet av Burmas militærvesen – og alle fabrikkene på dette området er reist og bygget ved hjelp av tvangsarbeid.

Reportasjen (se vedlagte kopi) taler for seg selv, men ”høydepunktene” i reportasjen er at de 600 kvinnene på Triumphs Burma-fabrikk arbeider 48 timers uke (seks dagers uke) for en dollar dagen – og at de ikke har lov til å organisere seg.

Samtidig var Triumph-direktøren av den oppfatning at arbeiderne produserte for lite – og arbeidet for sakte.

Tilbake i Thailand, reiste vi til grensen mot Burma. Ved hjelp av burmesere i eksil, tok vi oss inn til hovedkvarteret til den burmesiske gerilja-bevegelsen, Karen-folket, inne i Burmas jungel.

Denne reisen ble gjort mulig gjennom langvarig kontakt, både skriftlig og muntlig, med burmesiske fagforeningsledere i eksil i Thailand.

Vi bragte med oss flere av de Burma –produserte klærne vi hadde funnet i norske butikker – og ba geriljabevegelsen kommentere slik import fra Burma til Norge. (Se reportasjen).

TV-reportasjen, researchen og konsekvensene:

Etter at reportasjen var laget ferdig – og rapporten var skrevet - tok vi kontakt med Redaksjon 21, som ønsket å bruke reportasjen i sin helhet.

I programmet ble det opplyst at dette var en reportasje og en rapport som var betalt av Kirkens Nødhjelp.

Samtidig hadde Kirkens Nødhjelps ungdomsbevegelse, ”Changemaker”, fått den norske supermodellen, Sunniva Stordal, til å fronte en aksjon der ungdom ble oppfordret til å kaste klær fra Burma. Det ble også laget en postkort-kampanje i regi av Kirkens Nødhjelp, der Thorbjørn Jagland fikk 4000 postkort med krav om at norsk politikk overfor Burma måtte bli tøffere.

Sunniva Stordal var gjest i Redaksjon 21 da reportasjen ble sendt.

Det var også lederen for en av de butikkene som solgte klær fra Burma. På direkten sa han at han ville stoppe slikt Burma-salg i fremtiden.

Det sa også de andre kles-leverandørene som ble avslørt i vår rapport og i programmet.

Reportasjen og research-rapporten er senere blitt presentert av representanter for Kirkens Nødhjelp på to internasjonale konferanser om etisk handel. (Nå sist i Geneve i september). Og sveitsisk og thailandsk TV har sendt ”Triumph-delen” av reportasjen.

Triumph og OL –toppen:

Da antrekket til de norske OL-deltakerne ble presentert for allmenheten i desember i år, oppdaget undertegnede at OL-toppen hadde inngått en avtale med Triumph om levering av undertøy til både mannlige og kvinnelige norske OL-deltakere.

Borgen Production underrettet deretter Kirkens Nødhjelp om dette.

Organisasjonens generalsekretær, Atle Sommerfeldt, rykket kraftig ut mot denne alliansen mellom norsk toppidrett og en klesfabrikant som produserer i Burma – på bakgrunn av den reportasjen vi laget fra fabrikken.

OL-toppen prøvde først å forsvare den inngåtte avtalen, men gjorde helomvending da flere menneskerettighetsorganisasjoner (bl.a. Amnesty International) rykket ut og støttet Kirkens Nødhjelp. Det gjorde også en rekke norske toppidrettsutøvere.

På denne bakgrunn kansellerte den norske OL-toppen utstyrsavtalen med Triumph.

Den opprinnelige rapporten fra BORGEN PRODUCTION

”Burma, Norge og klær”

Av Erling Borgen og David Stenerud

Oslo, den 15. mai 2001

Innledning

25. november 1997 gikk daværende statsminister Kjell Magne Bondevik ut med en kraftig oppfordring til næringslivet om å boikotte Burma.

- Når det gjelder land som Burma, er det ikke mulig med en åpen dialog. Da er tidspunktet kommet for å bruke økonomiske sanksjoner, sa Bondevik den gangen.

Men har oppfordringen hatt noen effekt?

Denne rapporten søker å presentere en oppdatert status for norske handelsforbindelser med Burma, med hovedvekt på klesindustrien.

1. Norsk handel med Burma

I 1997, altså hovedsakelig før statsminister Bondeviks boikott-oppfordring, importerte Norge for rundt 10 millioner kroner fra Burma. Over de neste to årene gikk dette tallet kraftig ned og landet i 1999 på omkring 4 millioner kroner.

I året som fulgte skjøt imidlertid importen i været: I 2000 var innførselen tilbake på samme nivå som før Bondeviks appell på tampen av 1997, altså rundt 10 millioner kroner.

(Når det gjelder eksporten er denne marginal i forhold til importen: Det eksporteres varer til Burma for omlag én million kroner årlig. Hovedsakelig dreier det seg om legemidler og maskindeler).

1.1 Hva importeres

I 2000 ble det handlet tømmer, trelast- og produkter for 3 millioner fra Burma. I tillegg importerte vi sko og hodeplagg, kurvmakerarbeider, båtskrog og møbler.

Likevel er det én spesiell varegruppe som utmerker seg som den uten konkurranse viktigste i handelsforholdet mellom Burma og Norge, nemlig klær.

2. Klesimporten

I 2000 ble det importert Burma-produserte klær for 6 309 596 kroner. Det er en økning på 262% fra 1999, da klesimporten fra Burma var verdt 1 745 192 kroner.

Dette er offisielle tall fra Statistisk sentralbyrå (SSB), men det finnes etter alt å dømme store mørketall.

Rådgiver ved seksjon for utenrikshandel i SSB Hans Kristian Østereng forklarer:

"Opprinnelsesland kan være feil eller ombyttet under utfylling av tolldeklarasjoner, særlig når varene kommer fra land langt fra Norge. Stopp på veien i et tredjeland resulterer i en systematisk ombytting og gjør at f. eks.

Sverige blir overrepresentert som opprinnelsesland. Generelt medfører slike handelsveier (triangulærhandel) at vår import fra fjerne land blir lavere, mens den for våre naboland blir høyere enn i virkeligheten.”

En innvending til det ovenstående er antagelsen om at enkelte jukser med opprinnelsesland andre veien. Altså at et såkalt GSP-land (land som får tollettelse eller –fritak) blir oppgitt som opprinnelsesland. Bangladesh (som også er et såkalt MUL-land, minst utviklet) er et land det antas å kunne være attraktivt å benytte som falsk opprinnelsesland for å slippe toll på varer som er produsert i land med ordinære tollsatser.

Når det gjelder Burma vil imidlertid dette forhold ytterligere kunne virke til at det forskjellen mellom offisielle importtall de og reelle vokser. I mai 1997 ble nemlig landet ekskludert fra GSP-listen på grunn av regimet. Dermed tolles varer fra Burma med ordinære satser.

Statistikkene over import fra fjerne land bør altså leses som en minimumstatistikk. Dette gjelder generelt, men spesielt, og dobbelt, i forhold til Burma.

2.1 Hvem fører klærne

Juks og feil i innrapporteringen til tolldirektoratet ble heller ikke lettere å oppdage da det norske påbudet om å merke klær med opprinnelsesland ble opphevet med virkning fra 2. mai 1995. Opphevingen var en direkte konsekvens av tilpassingen til EØS.

Dette er noe som selvsagt også skaper problemer i forhold til å identifisere butikker, kjeder, distributører og importører som forhandler klær som er produsert i Burma.

Det er imidlertid på det rene at flere av de store kjedene fører klær fra selskaper som produserer på tekstilfabrikker i Burma.

Her følger en oversikt over merkevarer som vi vet produseres i Burma, og hvilke kjeder som fører disse merkene i Norge:

Tommy Hilfiger:

Er å finne i en rekke butikker, deriblant **VIC (Voice-kjeden)**, **Jean Paul** (butikker i Molde og Oslo), **Flava** (streetwear, Oslo) og **Paragon** (streetwear, Oslo).

Fila:

Føres av **Gresvig ASA (Intersport og G-Sport)**, som til sammen ivaretar rundt 50% av det norske markedet for sport- og friluftsklær og –utstyr), samt flere enkeltstående butikker.

Fubu:

Føres av flere butikker og kjeder, men ikke fast.

Triumph:

Føres av kjedene **Cubus**, **Lindex**, **Bogerud** og **Spar Kjøp**, samt en rekke andre butikker. Triumph er markedsleder på underøy i Norge, uten særlig konkurranse.

27. april 2000 sendte Borgen Production ut brev til 28 av de største kleskjedene og butikkene i Norge med forespørsel om hvilke merker de fører, hvor de importerer klær fra med videre. 18 av dem er per dato ikke besvarte, deriblant brevene til **Gresvig ASA** og **Paragon**.

Blant de som har svart er **Lindex**, som svarer slik på spørsmål om hvorvidt de importerer klær fra Burma: ”Nei, vi har som policy ikke å drive handel med Burma.” At Lindex i samme brev opplyser at de fører **Triumph** setter uttalelsen i et merkelig lys, og tydeliggjør også problemet med den manglende merkingen av produksjonsland på klær.

(Adidas, Columbia Sportswear og Nautica produserte alle klær i Burma inntil nylig, og selv om det er usikkert hvorvidt Adidas og Nautica i virkeligheten har sluttet å selge klær produsert der, er de fjernet fra de fleste Burma-organisasjoners svartelister. Adidas føres av en rekke butikker og kjeder, deriblant Gresvig ASA og Sportmann, det samme gjelder Columbia Sportswear. Nautica finnes også i flere norske butikker, deriblant Flava i Oslo).

2.2 Omvendt bevisbyrde

Som det har gått frem av det foregående, har det etter at den obligatoriske ”made in...”-merkingen forsvant i 1995 blitt enkelt for handelsdrivende i klær å tåkelegge eventuell handel med Burma. Selskapene kan hevde at de ikke vet hvorvidt akkurat de klærne de handler med er produsert i militærregimet, eller de kan lyve uten større risiko for å bli tatt. For det er jo for eksempel ikke gitt at en bestemt Triumph-BH som finnes i en Lindex-butikk faktisk er produsert Burma, selv om Triumph har en fabrikk landet.

Forutsetningen for at denne tåkeleggingen skal fungere som en effektiv ansvarsfraskrivelse er selvsagt at bevisbyrden for etikk i handelsvirksomhet legges til forbrukeren. Det kan den selvsagt ikke, og dermed blir det ikke mindre galt å trekke på skuldrene enn å faktisk tilkjenne hvor klærne er produsert.

Og akkurat dét bringer oss til den hippeste og kanskje mest merkebeviste delen av klesindustrien, som vi skal ta for oss i det følgende.

4. Trendsettende og ”Made in Myanmar”

De utgjør ikke store kjeder, men de enkelte butikkene er ofte svært romslige, og alltid dyre. De fører klesmerker som sponser og profilerer seg på egne snowboard- og skateboard teams. De er urbane og de selger klær det står ”Made in Myanmar” (Burma) på. Ved siden av de såkalte streetwear-butikkene (som for eksempel Paragon og Flava, se 2.1) fungerer disse butikkene og merkene de fører som de mest trendsettende innen ung, urban klesmote.

Vi vil i det følgende benytte betegnelsen *boardwear-butikker* om disse forretningene.

I Oslo har vi funnet fire boardwear-butikker med klær merket ”Made in Myanmar”:

Urban, Byporten

Burma-produserte klær: Circa Footwear (jakke), Forum Snowboard (jakke) og És (genser).

Sea Sport, Vika

Burma-produserte klær: És (genser), Renegade outdoor and sportswear (jakke)

(En del av klærne hos Sea Sport er fra konkursboet til den konkursrammede boardwear-butikken LAB, som ble drevet av Even Sundt, administrerende direktør og eier av Urban).

What's Up, Arkaden

Burma-produserte klær: És (genser).

Indy board and skate shop, Vika

Burma-produserte klær: És (genser).

Det finnes også flere andre boardwear-butikker som fører, eller sannsynligvis fører, de ovenfor nevnte merkene, men som vi ikke med selvsyn har fått bekreftet fører klær merket ”Made in Myanmar”. Her er noen av disse butikkene:

Stress, Oslo, Sandvika og Bergen:

Fører Circa sko og És sko og klær.

Marg & Bein, Oslo, Hamar, Strømmen og Tønsberg

(Butikken i Oslo sentrum er midlertidig stengt, men lover ”sinnsykt salg” når de åpner. Vi vet ikke med sikkerhet hvilke merker de fører).

Twin Palms of California, Tønsberg

Fører Forum Snowboards.

www.50-50.no

Internettbutikk som fører És og Forum.

Bernhard Sports, Nesoddtangen
(Vi vet ikke med sikkerhet hvilke merker de fører).

4.1 Merkene, teamene

Flere klesmerker profilerer seg med egne skate- og snowboard-teams. Slik er det også med de ovennevnte Burma-produserte merkevarene **És**, **Circa Footwear** og **Forum Snowboard**.

4.1.1 Circa Footwear

Circa Footwear er et ledende internasjonal skateboardsko og kles-merke.

Circa-teamet består utelukkende av amerikanske skateboardere: Chad Muska (en av verdens fremste skateboardere), Jamie M. Thomas, Adrian Lopez, Mark Appleyard, Colt Cannon.

2. juni kommer Circa-teamet til Norge: De lander på Gardermoen 2 juni og drar rett til Tønsberg. Der skal de holde demo utenfor skate- wake- and snowbutikken Twin Palms of California (se 4.) på dagen 3. juni. Mellom klokken 17 og 18 samme dag holder de demo på Voldsløkka i Oslo, og på kvelden er det party med 6 dj'er på Skansen.

4.1.2 És

És (eller És footwear, som er det offisielle firmanavnet) er et merke som, spesielt på sko, har markert seg langt utenfor skateboardsfæren. És sko finnes i de aller fleste dyrere joggeskoforhandlere.

És teamet: Eric Koston (Thailand – stjerne), Rick McCrank (Canada), Arto Saari (Finland), Tom Penny (England), Bob Burnquist (Brasil), Rodrigo Teixeira (Brasil).

4.1.3 Forum Snowboards

Forum Snowboards ledes av den amerikanske snowboard-kjørerene Peter Line, som også står som gründer og eier av selskapet. 27-åringen regnes som en av nestorene i det internasjonale snowboardmiljøet og beskrives som en "rider's rider". Amerikaneren designer de fleste av klærne i Peter Line-serien selv, både på Forum Snowboards og på Four Square clothing, et annet av snowboarderens firmaer.

Line er også leder for Forum-teamet, som ellers består av nord-amerikanerne Devun Walsh, Jeremy Jones, Bjorn Leines, JP Walker, samt finnen Joni Malmi.

Flere av disse kjørerne har besøkt Norge: Under Terje Haakonsen og Daniel Francks Arctic Challenge 2000 i Lofoten konkurrerte både Bjorn Leines og Joni Malmi.

Forum-teamet, representert ved Peter Line, Devun Walsh og Joni Malmi, var også innom Norge på promo-tur 16. september i fjor. På dagen var teamet på Twin Palms of California i Tønsberg, og på kvelden var de på party i Oslo.

4.2 Import, distribusjon

One Off Distribution, Hemsedal
Offisiell distributør av Circa Footwear i Norge. Fører antagelig som hovedavdelingen i Sverige også Forum Snowboards.

Triumph International, Akershus
Distributør og markedsleder på eget undertøy.

I klesbransjen er det vanlig at kjedene og butikkene importerer varene sine selv. Det går frem både av Tolldirektoratets Burma-rapport fra 1998 og av svarbrev vi har mottatt fra flere klesfirmaer.

Konklusjon

Bondeviks oppfordring til næringslivet i 1997 om å bidra til å sanksjonere mot Burma hadde en faktisk effekt. Men den var kortvarig. I dag, bare vel tre år senere, er importen fra militærdiktaturet igjen tilbake på samme nivå.

Det er spesielt klesinnførselen som øker. Fra 1999 til 2000 skjøt denne importen i været med eksplosive 262 %.

Når det gjelder de selskapene som i 1998, etter at de hadde blitt ”avslørt” i rapporten fra Tolldirektoratet, mottok en direkte oppfordring fra regjeringen om å slutte å handle med Burma, er det sannsynlig at disse har avbrutt handelsforbindelsene. I alle fall er de nok svært påpasselig med å skjule eventuell import, noe som med gjeldende regler og praksis, samt den manglende kontrollen, som er skissert i denne rapporten, jo ikke byr på de helt store problemene.

Det er i seg selv oppsiktsvekkende at markedslederen på undertøy i Norge, Triumph, som har en fabrikk i Burma og er utsatt for en omfattende internasjonal boikottkampanje, får drive såpass fredelig her til lands.

Det vil nok også kunne oppfattes som overraskende at det spesielt er de dyre merkene vi finner produseres i Burma. Med landets relativt sett lave produksjonskostnader kunne det være grunn til å anta at det var billigkjedene og –butikkene som var de fremste på salg av Burma-produserte klær.

Vi skal imidlertid være forsiktige med å trekke for bastante konklusjoner: Det er ikke umulig at det også på billigbutikkene finnes betydelige mengder klær med egentlig opprinnelse i Burma. Det er jo som nevnt lett å tåkelegge, og det må antas at dette også gjøres.

Om det er kynisme eller uvitenhet som ligger bak boardwear-butikkens manglende forsøk på å skjule at de fører klær som er produsert i verdens verste militærdiktatur, vites per dags dato ikke. Uansett grunn representerer forholdet et ubehagelig paradoks: Skateboard-/snowboardkulturen, tett forbundet med hip hop-kulturen, profilerer seg spesielt på anti-kapitalisme. Vel har det etter hvert blitt milliardindustri av kulturen, men like fullt, ideologien er anti-establishment og anti-kommersialisme.

Dét rimer dårlig med å putte store penger i lomma på lederne for et grusomt militærdiktatur – i et land hvor en fabrikkarbeider gjerne ikke tjener mer en 50 øre i timen.

Litt om researchen – og arbeidsmetoder

Researchen som lå til grunn for rapporten og dermed for TV-reportasjen var svært omfattende.

Tilgangen til informasjon fikk vi både gjennom post, internett, fax, telefon og personlig møte/feltarbeid. Informasjonsinnhentingene gjennom de ulike mediene kan i store trekk skisseres som følgende:

Feltarbeidet:

Som det ofte er når man driver research, har ”felt-arbeidet” vært det mest fruktbare.

Arbeidet startet i februar 2001, og vi gjennomførte personlig mer enn 100 butikker over hele Oslo.

Etter mye leting etter klær merket ”Made in Myanmar” på de største kjedene uten resultat, fant vi til slutt klær merket med Myanmar som opprinnelsesland i boardwear-butikken Urban på Byporten Shopping i Oslo. Deretter kunne vi lete etter koblinger fra denne butikken og de merkene vi fant til andre butikker gjennom internett og Brønnøysundregistrene. Således visste vi etter hvert hvor i ”felten” vi skulle lete.

Også i forhold til de klesmerkene vi vet produseres i Burma, men som ikke er merket med opprinnelsesland, har vi for en stor del måttet verifisere norsk distribusjon av ved selvsyn. Dette har vi gjort både fordi vi slik ville kunne finne flere butikker og kjeder som fører de ulike merkene, og fordi informasjonen vi hadde tilgang til via andre kilder ofte ikke kunne antas å være tilstrekkelig nøyaktig.

Post:

I april, 2001, sendte vi ut brev til 28 av de største kleskjedene og –butikkene i Norge. Selskapene fikk svarfrist 7. mai. Vi spurte selskapene om de solgte klær importert fra Burma, eller laget i Burma. Bare 10 selskaper svarte.

Da vi fikk tilgang til oversikten over selskaper som handlet med Burma i 1997, som Bondevik på tollandirektoratet å utarbeide i -98, sendte vi ut sju nye brev. Selskapene ble spurt om de hadde avbrutt disse handelsforbindelsene. Vi fikk fire svar.

Internett:

Vi har innhentet informasjon fra et hundretalls nettadresser, og gjennom nettet opparbeidet oss flere personlige kilder. Det har vært sendt utallige e-mail, blant annet til Burma-organisasjoner og klesfirmaer. En hel del av dem har vært til liten hjelp, men noen til stor.

Fax:

Brønnøysundfaxen er blitt brukt for å finne frem til selskaper som fører Burma-produserte klær, hva slags selskaper dette er, hvem som står bak og hvorvidt det finnes linker til andre interessante selskaper.

Telefon:

Informasjon om statistikker, handels- og tollregler, samt en del selskapsinformasjon har blitt tillegnet over telefon. Noe har vi fått tilgang på inkognito (dette gjelder i noen grad også internett-researchen), men det aller meste av telefon-researchen har blitt foretatt helt åpent.

Mye å skjule

Utsendelsen av brev med spørsmål til de viktigste aktørene i norsk klesbransje ga få interessante svar. Like fullt var resultatet av utsendelsene i seg selv interessant.

Justert for de selskapene som fikk brev mer en én gang, fikk vi nemlig inn svar fra bare 36 prosent.

Riktignok finnes det lyspunkter som Hennes & Mauritz, som har tatt kontakt på telefon, og Kapp Ahl, som har svart både per brev og telefon. Disse er henholdsvis størst og tredje størst på klær i Norge. Men svarprosenten er likevel oppsiktsvekkende lav.

Store kjeder i Varner-gruppen har unnlatt å svare. Varner er i sum Norges største klesaktør, og består blant annet av kjedene Cubus (nest størst i Norge), Dressmann (nummer 7), Vivikes (nummer 16), Bik Bok (nummer 18) og Carlings (nummer 22). Bare sistnevnte har svart.

Gresvig, Benetton, Ellos, Spar Kjøp er blant selskapene som har latt være å svare.

I tillegg til at svar har uteblitt, har mange av svarene vi faktisk har fått inn vært svært mangelfulle. Noen skylder på konkurransehensyn, andre presenterer ingen forklaring.

Også internasjonalt

Også flere av de internasjonale klesmerkene som produseres i Burma og finnes i Norge, har blitt kontaktet.

Verdt å nevne i den sammenheng er amerikanske Tommy Hilfigers reaksjon, som for øvrig var det eneste av disse internasjonale selskapene som svarte:

Etter at vi hadde sendt Tommy Hilfiger en e-mail hvor vi ba om å få verifisert Burma-tilknytningen, fikk vi en mail tilbake der de ba om mer informasjon om hva vi skulle bruke opplysningene til. Vi ble bedt om å ringe en kontakt i selskapet. Det gjorde vi, og og overleverte generell informasjon om dokumentar-prosjektet. Kontakten i selskapet fortalte deretter at hun ikke trodde det var riktig at Tommy Hilfiger produserer i Burma, men hun lovet å sjekke det og komme tilbake til oss. Det har hun ennå ikke gjort. Vårt kildemateriale i forhold til Tommy Hilfigers Burma-forbindelser er likevel mer en sterkt nok. I tillegg ble det gjort klart fra vår side at om selskapet unnløt å svare ville vi gå ut fra at de fremdeles produserer klær i Burma.

Upålitelig

En annen interessant oppdagelse i dette researcharbeidet var upresisheten, og til dels upåliteligheten, i opplysninger tilgjengelige fra NGO'er som jobber for et fritt Burma.

Dette har vi imidlertid tatt konsekvensen av, slik at alt som står i rapporten skal gå klar av enhver eventuell beskyldning om fakta-feil.

Det er heller ingen av firma/bedrifts-navnene i rapporten som pr. dags dato (31/12 – 2001) har dementert – eller krevd korrigeret – noen av opplysningene i rapporten.

Butikkene med Burma-klær

Når det gjelder de butikkene vi har påvist fører klær merket ”Made in Myanmar”, ble disse kontaktet like før dokumentaren var ferdig. Bakgrunnen for dette var at de selvsagt skulle få anledning til å svare, men samtidig ikke få muligheten til å vri seg unna – eller tildekke de faktiske forhold.