

## PORSELENSBLØFFEN

**Journalister:** Eirik Audunson Skaar, Ståle Hansen, Richard Aune, og Shahidul Alam

**Tittel på prosjekt:** Porselensbløffen

**Hvor og når publisert:** NRK1 27.01.04

**Redaksjon:** Brennpunkt

**Adresse:** 0340 Oslo

**Telefon:** 23 04 90 00

### Samarbeid og medgått arbeidstid

Dette prosjektet var et samarbeid mellom Brennpunktredaksjonen i NRK , NRK Telemark og NRKs medarbeider i Bangladesh, Shahidul Alam.

I Brennpunktredaksjonen var Eirik Audunson Skaar produserende reporter og hadde koordineringsansvaret for journalistene i prosjektet. Brennpunkts Ståle Hansen var prosjektets hovedresearcher. Richard Aune fra NRK Telemark og Shahidul Alam i Bangladesh gjorde delopptak og delintervjuer, og bidro med mye verdifull research gjennom sin lokalkunnskap og kildenett.

Produksjonsperioden strakk seg fra midten av oktober 2003 til begynnelsen av februar 2004. Medgått arbeidstid er ikke bokført, men de fleste kvelder (netter) i tillegg til dager gikk med i de mest intense periodene av prosjektet.

### Bare en kopp

Vårt program ble litt fleipete omtalt som "en storm i en porselenskopp" i en aviskronikk etter sending. Men dette var egentlig en helt grei karakteristikk. Vi startet vår sending med å vise bilder av en liten hvit kopp, og ved hjelp av denne koppen fortalte vi steg for steg en viktig, engasjerende og komplett historie om utflagging og grådighet. Vi kommer tilbake til dette lenger nede i rapporten, men først litt om hvordan prosjektet ble til.

### Det hvite gull

Porsgrunds Porselænsfabrik (PP) har i over 100 år vært Porsgrunns stolthet. Det første folk fra Porsgrunn gjør når de kommer på besøk til andre er å snu tallerkenen

for å sjekke om den er merket med PPs stempel. Folk i byen kaller porselenet for "det hvite gull".

Etter at finansmannen Atle Brynestad kjøpte opp PP i 1996, har mange hundre arbeidere mistet jobben, samtidig med at stadig nye deler av produksjonen har blitt flagget ut til lavkostland. En hel by var i 2003 i harnisk over den måten Brynestad behandlet PP, arbeiderne og de stolte porselenstradisjonene. Dette var PP og Brynestads stilling i Grenland, slik vi så det høsten 2003.

Høsten 2003 ble det også offentliggjort en svært kritisk rapport om driften ved PP. Rapporten var laget av konsulentselskapet Vekst i Grenland på oppdrag fra fagforeningen ved PP. Siviløkonomen Rune Frønes, som var hovedansvarlig for rapporten, uttalte offentlig at Atle Brynestad var en "turbokapitalist" som var i full gang med en styrt avvikling av PP.

Det var dette som var bakgrunnen for programforslaget med tittelen "Turbokapitalisten som knuste det hvite gull", sendt inn fra NRK Telemark til NRK Brennpunkt 3. oktober 2003.

### Turbokapitalisten

I den helt innledende fase av prosjektet ble det trukket opp en rekke ulike problemstillinger/påstander:

- Atle Brynestad benytter seg av "bruk og kast" metoden av PP- ansatte i Porsgrunn  
Han hadde kvittet seg med over 100 ansatte, flere titalls ble sagt opp våren 2003.

- Brynestad tapper PP for verdier

Påstander om omfattende tapping av verdier fra PP til hans andre selskaper hadde gått igjen i både lokalmedia og i den nevnte konsulentrapporten.

- Brynestad knuser det hvite gull

Folk i byen var slett ikke fornøyd med måten Brynestad forvaltet porselenstradisjonene på ved å flagge ut produksjon. Gamle PP direktører og andre i

bransjen hadde beskrevet hans strategi som direkte ødeleggende for merkevaren PP.

- Brynestad styrer mot nedleggelse

Flere hevdet at Brynestads mål var å legge ned all produksjon i Porsgrunn og overføre de mest lønnsomme delene til lavkostland

- Brynestad lurer og utnytter lokalpolitikere og myndigheter

Mange lokalpolitikere hadde følt seg lurte, etter at Brynestad på et tidlig stadium fortalte at PP i Porsgrunn ville vokse hvis de ga han gode nok rammevilkår. SND hadde gitt ham flere titalls millioner i billig lån.

- Brynestad nekter å fortelle sannheten om sine fremtidsplaner for PP.

Lokal og rikspresse hadde lenge og ved en rekke anledninger forsøkt å få Brynestad i tale uten å lykkes. Den lokale bedriftsledelsen var også svært lite villig til å gi informasjon om strategi, og særlig PPs produksjon i utlandet. Ansatte var veldig redde for å gi informasjon av frykt for å miste jobben.

- Byen tar igjen mot Brynestad og hans metoder

Lokalpolitikerne truer med å trekke tilbake fordelaktige rammevilkår for Brynestad. Og en verdifull porselenssamling blir holdt tilbake på byens museum av frykt for at Brynestad stikker av med den.

Dette var alle problemstillinger som var med i den helt innledende fasen.

### Åpenheten skal vi ha internt!

Da vi startet researchen var PP svært lite villig til å bidra med informasjon. Selv de enkleste faktaopplysninger var de tilbakeholdne med å gi. Bedriftens direktør Magnar Brekka beskriver våre arbeidsforhold som journalister best selv i et internt notat som vi fikk hånd om. I dette notatet, også fra høsten 2003, knesettes de interne reglene for hvordan de ansatte skal forholde seg til offentligheten. PPs direktør skriver:

"Åpenheten skal vi ha internt. Dersom enkelte ikke klarer å leve med det så har de et valg å ta hvor både tillitsvalgte og bedrift kan gi råd. (...) De eneste offentlige dokumentene om PP er tilgjengelige via firmaregisteret i Brønnøysund."

Ledelsen var spesielt tilbakeholdne med å gi opplysninger om PPs produksjon og rolle utenlands. Selv hvilke land som var aktuelle ble forsøkt holdt hemmelig. Direktøren hevdet dette var informasjon kundene ikke var særlig opptatt av, med unntak av folk bosatt i Porsgrunn. Ansatte og tillitsvalgte var åpenbart redde for å bidra med informasjon i frykt for å miste jobben.

Dermed var vi tvunget til å gå andre veier. En av dem var via oppsagte arbeidere. Vi startet nå et tidkrevende arbeid med å snakke med så mange oppsagte arbeidere som mulig. Totalt var vi i kontakt med over 20 tidligere arbeidere. Så godt som alle hadde sterke negative oppfatninger om Brynestads behandling av dem og bedriften. Men de aller fleste hadde lite informasjon å gi vedrørende PPs rolle utenlands. Vi fikk et inntrykk av at bedriftsledelsen også var forsiktige med å gi sine egne ansatte informasjon om utenlandsproduksjonen.

### **Den lille historien som rommet en større**

Mye av funnene i vår grunnresearch fikk ikke plass i den ferdige historien, men vi synes det er riktig å ta dette med i denne metoderapporten for å beskrive denne viktige fasen i arbeidet. Vi valgte å sette oss inn i temaet utflagging på generelt grunnlag, både for å forstå stoffet bedre og for å kunne vurdere om tilfellet PP rommet en større historie.

2003 var et kriseår for norsk industri, og dette var et fast tema i de første prosjektmøtene våre. Da vi startet prosjektet hadde Statistisk Sentralbyrå offentliggjort sin AKU-rapport for tredje kvartal som viste at det var blitt 17.000 færre arbeidsplasser i norsk industri sammenlignet med året før. Teknologibedriftenes landsforening (TBL) hadde publisert en undersøkelse tidlig i 2003 som viste at halvparten av deres medlemsbedrifter vurderte å flagge ut. Norges Bank hadde varslet at vi måtte forvente å miste ytterligere 60.000 industriarbeidsplasser innen de nærmeste ti årene.

Vi ville sette PPs eksempel inn i en større nasjonal sammenheng. Derfor startet vi nå med å lage en liste over norske bedrifter som hadde flagget enten hele eller deler av sin virksomhet til utlandet det siste året. Opplysninger hentet vi fra industriens egne organisasjoner, fagforeninger, årsmeldinger og medieoppslag. Listen ble lang. For å snevre inn utvalget undersøkte vi bedriftenes regnskaper i Brønnøysundregisteret. Det viste seg, som vi hadde en mistanke om, at en god del bedrifter flagget ut virksomhet til tross for at de drev med solid overskudd i Norge.

Eiersiden i norsk industri, anført av store interesseorganisasjoner som TBL, leverte en standard årsaksforklaring m.h.t. utflaggingen av norske industriarbeidsplasser. Det samkjørte refrenget hadde tre faste strofer: høyt norsk kostnadsnivå, høy rente og sterk kronekurs. De uforpliktende og upresise begrepene "lønnsomhet" og "konkurranseskraft" var også sentrale i retorikken.

Atle Brynestads atferd som industrileder så ut til å være et uttrykk for en klar trend - lønnsomhet betød maksimal lønnsomhet globalt. Endel bedrifter flagget riktignok ut for å overleve i markedet, men en stor andel klarte seg bra i Norge og flagget ut fordi eierne ønsket et enda større overskudd raskere. I debatten om overskuddsbedrifter som flagget ut så vi en annen og mindre enkel forklaring som ble gitt av dem som mistet jobben sin: at norske industrieiere rett og slett manglet samfunnsansvar. Og researchen vår viste at det i mange tilfeller ikke var noen annen grunn enn eiernes behov for maksimal lønnsomhet som gjorde at norske industriarbeidere mistet jobben. Det var disse eventuelt dårlige holdningene blant enkelte industriledere vi ønsket å eksemplifisere i vårt prosjekt.

Lever vi i grådighetens tidsalder? - dette var tittelen på et foredrag om lederlønninger vi kom over i researchen. Foredraget ble holdt i Polyteknisk Forening i 26. november 2002, og foredragsholderen var Jens P. Heyerdahl. Heyerdahl påpekte at gode holdninger er uavhengige av konjunkturer. Heyerdahl sa bl.a. dette:

"Gode holdninger er gode fordi at de fungerer både i gode og ikke fullt så gode dager. (...) Det er poenget ved det! Men i høykonjunkturer, særlig når de følges av lavkonjunkturer, hvor verdiene settes veldig lavt slik de gjorde her i Norge i 1992, da er det slik at leilighet gir tyv. Så enkelt er det."

Hvor var Atle Brynestad i dette bildet? Hvorfor beklaget han seg over manglende lønnsomhet når PP gikk med solide overskudd? Hvordan kunne han påstå at porselensarbeiderne ved PP, som hadde overlevd gode og dårlige tider i over hundre år, svekket hans konkurransekraft? Var det ikke nettopp disse arbeidernes solide renommè som gjorde at norske forbrukere var villige til å betale dyrt for porselenet hans?

Etter en del leting fant vi en av Atle Brynestads få offentlige ytringer om sin enkle og effektive forretningsfilosofi (Brynestads kronikk DN 25.01.01):

"Det er en naturlig del av vår virksomhet å starte nye selskaper og å åpne nye butikker. Vi vil også legge ned butikker og virksomheter som vi mener ikke har tilstrekkelig konkurransekraft. Det ligger ingen prestisje i dette for oss. Slik vil det også være i fremtiden. Summen av det vi har fått til i de senere år viser at denne filosofien har vært meget bra . "

Vi bestemte oss for å gjennomgå Brynestads omfattende industrikonglomerat grundig, for å få ytterligere sikkerhet for at dette kunne være caset vi trengte. Dette gjorde vi blant annet ved å hente ut firmaopplysninger og årsregnskap på samtlige av Brynestads selskaper gjennom Brønnøysundregisteret og i kredittopplysningsselskaper. Vi kartla også Brynestads, og en del nære medarbeideres, styreverv og økonomiske interesser for å ha et så bredt faktagrunnlag som mulig.

Vi fastslo at han eier totalt 50 selskaper i 6 land. Han er sterkt involvert i selskapenes drift, både formelt og uformelt. Han eier eksempelvis 100 prosent av selskapet CG Holding AS, som igjen eier 100 prosent av aksjene i selskapet The House of Christiania AS som er morselskap til 10 øvrige selskap, herunder selskapene AS Hadeland Glassverk, Porsgrunds Porselænsfabrik AS, AS Christiania Glasmagasin og 5 Duka selskap i Norden, Polen og Baltikum. Under morselskapet CG Holding AS ligger bl.a. selskapene Steninge Slott AB, Galleri Steninge AS, Steninge AS, Glass og Kjøkkenmesteren AS og Smart Club Norge ASA, samt fotballklubben Lyn.

Brynestad er adm.direktør og styreformann i CG Holding AS, styreformann i The House of Christiania AS, styreleder i AS Christiania Glasmagasin, styreleder i Smart

Club ASA, styreleder i Porsgrunds Porselænsfabrik AS og styreleder i AS Hadeland Glasverk. Videre er han enten styreleder eller styremedlem og/eller daglig leder i ytterligere 18 selskaper i Norge.

Vi kunne slå fast at gjennom hans direkte heleide selskaper og sin aktive innflytelse gjennom styrelederrollen og/eller posisjonen som adm. direktør, kontrollerer Brynestad nær 2000 arbeidsplasser i Norge og i utlandet. Dette utgjør i sum en uvanlig sterk innflytelse, selv for gründere. I 2002 hadde Brynestad en personlig inntekt fra CG Holding på omlag 20 millioner kroner.

Opplysningene vi fikk ut stemte godt overens med vår generelle research på utflagging fra Norge. Atle Brynestad hadde tilsynelatende ikke noen tvingende økonomiske grunner til å starte PP-produksjon i utlandet – ut over å maksimere et allerede godt økonomisk resultat. Det ble raskt klart at Atle Brynestad også hadde gjennomført utflytting av produksjon fra en annen tradisjonsrik industribedrift – Hadeland Glassverk.

### **På sporet av en bløff**

Materialet vårt tydet på at Atle Brynestad benytter en meget lønnsom formel for utnyttelse av gode gamle industrihåndtverksbedrifter, nemlig det han kaller "handelsturisme" eller bare "turisme": Han kjøper opp en gammel og ærverdig industrihåndtverksbedrift - han dyrker varemerket, tømmer bedriften sakte men sikkert for arbeidere, flagger ut produksjonen til lavkostland og anlegger en trivelig og landsbyaktig ansamling av fabrikkutsalgs eller "kremmerboder" på det tomme fabrikkområdet.

Her selger Brynestad ikke bare glass og porselen, men også opplevelse. Noen av de få gjenværende industrihåndverkerne demonstrerer for besøkende kunder hvordan de lager porselen - midt i butikken så og si. Siden kjøper kundene villig vekk ekte norsk Porsgrundporselen (til ditto priser), som de nettopp har sett opprinnelsen til. Porselenet de kjøper er ikke opprinnelsesmerket - kundene kan ikke se, og får heller ikke vite, at porselenet de kjøper i virkeligheten er produsert av lavtlønnede arbeidere et helt annet sted i verden, på lik linje med glass og porselen man får kjøpt i lavpriskjeder som f.eks IKEA.

Vi fant frem til en SND-undersøkelse fra 2001 som viste at PP-fabrikken i Porsgrunn hadde 84.000 handelsturister på besøk dette året og at tallet var stigende. Tilsvarende tall for Hadeland Glassverk på Hadeland samme år var 356 466 handelsturister.

Handelsturisme er ikke Brynestads egen oppfinnelse. Det er nøyaktig det samme som foregår i den såkalte NIKE-town i USA - men det er likevel en viktig forskjell: NIKE har flagget ut rubb og rake fra USA og selger nå imaget "sunnhet og livsstil" - Atle Brynestad flagger også ut, men fortsetter å selge norske industrihåndverkstradisjoner (dyrt) som om ingenting har skjedd.

Det var dette som var de første tegnene på en porselensbløff slik vi så det. Taperne i denne bløffen befant seg i hver sin ende av verdikjeden: i den ene enden var det arbeidsløse industriarbeidere i Porsgrunn og intetanende norske forbrukere som fremdeles betalte i dyre dommer for "ekte" PP-porselen - i den andre enden var det lavt betalte porselensarbeidere i Sørøst-Asia. Den store vinneren var først og fremst Atle Brynestad.

Det var nokså innlysende at det ville være vanskelig å ta med alt vi hadde samlet inn i en og samme fortelling og samtidig holde på seerne. Utflagging av norske industriarbeidsplasser er et viktig tema – men ikke det mest spennende fortellermessig sett. Det var derfor viktig for oss å finne en historie som var både engasjerende og allmenngyldig – som kunne være motoren som drev programmet fremover. Dersom seerne skal henge med på en halvtime med norsk industripolitikk, må det mer til enn tall og ekspertkommentarer.

Vi satt på dette tidspunktet med generell kunnskap om at nesten samtlige serviser i PPs sortiment for forbrukermarkedet ble produsert i utlandet. Flere av våre PP-arbeidere nevnte Slovenia, Polen, Bangladesh og Indonesia som produksjonsland. Men ingen av dem kunne gi oss mer presise opplysninger om varetype og fabrikk. Og absolutt ingenting i PPs katalogmateriell, brosjyrer eller annen åpen produktinformasjon sa noe konkret om hvilke utenlandske fabrikker PP bestilte produksjon hos.

Men så fikk vi via en kilde høre om porselenskoppen BC-K2.



## BC-K2

Kilden viste oss bilder av porselenskoppen BC-K2 og en av PPs porselenskopper, som hadde det kongelige navnet Märtha. Det så ut til at BC-K2 og Märtha var to helt identiske kopper. I PPs varekatalog omtales de dyreste PP-servisene som "noble festserviser". Märtha-koppen tilhørte denne kategorien.

BC-K2 betyr Bone China K2 fant vi ut. Altså benporselen med varetypebetegnelsen K2. Vi brakte på det rene at benporselen er en typisk asiatisk resept, hvor porselensmassen består av mineraler samt aske fra brente dyreknokler. I Norge (Porsgrunn) er den tradisjonelle resepten feltspatporselen. Senere i prosjektet hevdet PP at "markedet etterspurte benporselen", og at det var derfor de hadde flagget ut produksjon til Sørøst-Asia. Sannheten er at så godt som ingen PP-kunder har blitt informert om forskjellen på disse to porselensstypene.

BC-K2 var en karakteristisk stettekopp. Vår kilde oppgav fabrikken Shinepukur Ceramics Ltd. i Bangladesh som produsent av BC-K2. På Shinepukur Ceramics nettsider fant vi nå frem til BC-K2 og mange andre servicedeler som lignet mistenkelig på porselensprodukter i PPs varekatalog. Vi fant også navnet "Porsgrund" på bedriftens kundeliste sammen med navnene til omlag 25 andre porselensmerker i Europa og USA

Slik det så ut var BC-K2 altså en standardkopp designet ved en fabrikk i et av verdens fattigste land, sannsynligvis produsert for lusedønn, påført PP-dekor, innkjøpt til Norge for mindre enn en euro (skulle det vise seg) , og solgt til norske forbrukere som PP-vare til PP-pris. En forretningsmessig genistrek med det billigste fra globaliseringens verden, sammenkoblet med det dyreste av norsk merkevare. For norske industriarbeidere derimot, var det et skrekkscenario.

Det ble nå klart at minst én annen porselensforhandler i Norge også kjøpte porselen fra Shinepukur Ceramics. I en salgsannonse i Adresseavisen fant vi BC-K2 igjen, nå med det mer folkelige navnet Cathrine. Cathrine var påført et annet varemerke, en litt annerledes dekor, og ble solgt til kun halvparten av PPs pris. Vi tok kontakt med

porselensforhandleren i Trondheim, og han valgte å snakke åpent med oss. Han ble senere intervjuet og sto frem i programmet som ble sendt.

### Designprisen

BC-K2 viste seg også å være tilnærmet identisk med ytterligere ett PP-servise, nemlig serviset Tid. Vi kunne lese i PPs varekatalog at Tid attpå til hadde vunnet Norges fremste designpris i 2002. Tid hadde fått Norsk Designråds utmerkelse "Merket for god design" for sitt fremragende norske design! Her bør det nevnes at "Merket for god design" fra Norsk Designråd er gull verdt - alle prisvinnere bruker slike tildelinger aktivt i markedsføringen av varer - så også med PP.

Norsk Designråds juryeringsarbeid er unntatt offentlighet, men på designrådets hjemmesider var det gjengitt en oppsummering av jurybegrunnelsen. Her sto det: "TID har et gjennomført, særpreget og ryddig formuttrykk med en viss nostalgi. Kopp med stett er sjelden vare blant nye produkter i dagens marked."

I Designrådets statutter for prisen ble det også gjort klart at prisen bare kunne gå til en norskeiet virksomhet eller en virksomhet i utlandet eid av en norsk virksomhet. For "Tid" kunne ikke dette være korrekt, slik bitene i puslespillet etter hvert skulle synliggjøre for oss. Dette reiste spørsmålet om juryen hadde tildelt prisen på feilaktig grunnlag, og som et resultat av dokumenttaren ble det holdt ny juryering. (Tid beholdt prisen, men kriteriene i statuttene ble endret).

Vi antok at PP måtte ha sørget for å mønsterbeskytte designvinneren Tid. I Patentstyrets offentlige database ville vi i så fall finne opplysninger om hvem som hadde designet Tid. Vi ville vite om PP her hadde gjentatt det de fortalte i sin produktkatalog - at designer var Porsgrund Designteam.

Men da vi sjekket Patentstyrets tildelinger av mønsterbeskyttelse for 2002, og deretter helt tilbake til 1996, viste det seg at PP *ikke* hadde mønsterbeskyttet Tid. Dette ville enhver prisvinnende industribedrift normalt gjort i et slikt tilfelle. Denne antagelsen ble bekreftet av at PP hadde mønsterbeskyttet et annet av sine produkter som også hadde vunnet designpris hos Norsk Designråd samme år. Hvorfor hadde ikke PP patentbeskyttet Tid? Det var nærliggende å tro at PP ikke kunne - fordi designen til Tid var ikke deres egen.

Ingen av disse opplysningene var kjent fra tidligere. PP hadde ikke på noe tidspunkt gitt til kjenne at det prisvinnende serviset Tid eller det kongelige serviset Märtha var produsert og formgitt et helt annet sted enn i Porsgrunn. Dette var oppsiktsvekkende - PP selger dyrt porselen med et image som et tuftet på over hundre år lange industritradisjoner. PPs varekatalog var full av imagebyggende formuleringer som for eksempel: "Vi har fremstilt høybrent porselen i varig design og kvalitet siden 1885".

### Historien tar form

Vi antok at Tid umulig kunne være designet av PP - slik PP selv påsto. BC-K2 måtte være designet av en designer hos Shinepukur Ceramics i Bangladesh, for siden å bli solgt under ulike varemerker og navn i Europa.

Som det fremgår lenger nede i rapporten lyktes vi i å dokumentere dette, men PPs folk - eller rettere sagt Atle Brynestad og hans eierkonsern CG Holding - har helt frem til nå tviholdt på at vi har "misforstått" hva porselensdesign er for noe. Ifølge Brynestad, er Tids design kun dette: et nesten usynlig årringformet dekorelement på koppens skål. Dette dekorelementet, som er designet av Porsgrunds Designteam, er koppens design - selve koppen er uinteressant, hevder han. På konfrontasjonsintervjuet med oss utdypet Brynestad dette snodige synet på porselensdesign slik: "en stettekopp er en stettekopp - en rund tallerken er en rund tallerken!"

Vi tok tidlig i prosjektet kontakt med utenforstående designere som kunne bekrefte at dette selvfølgelig er feil - alle verdens stettekopper er ikke like designmessig, selv om de alle har stett. Alle verdens biler eller lenestoler er heller ikke like – selv om de alle har fire hjul eller fire ben.

PPs fortelser om BC-K2 så også ut til å være en svært inntektsbringende porselensbløff. Norske forbrukere betalte godt for det de oppfattet som ekte "nobelt festservice" fra Porsgrunn. I prosjektet kom vi til slutt frem til at vi med sikkerhet kunne si at Atle Brynestad ganget innkjøpsprisen til serviset fra porselensfabrikken i Bangladesh med 10, i sitt salg til forbrukerne. Vi baserte oss på priser som vi hentet inn fra grossister. Vi sjekket også med våre bransjekilder hva som er normal differanse mellom innkjøp fra grossist og utsalgspris. Det vanligste er "å ta tre-

gangern" kunne de fortelle, og hvis produsenten ligger langt unna kan differansen stige til maksimalt 5 gangern. Brynestad tok som nevnt ti-gangern.

Etter sending fikk vi imidlertid inn et tips som tydet på at vi hadde vært for forsiktige - ifølge tipseren, som satt på en prisliste fra Shinepukur Ceramics i Bangladesh, var innkjøpsprisen på 1 stk. BC-K2 0,6 Euro. Atle Brynestad er sin egen grossist, og ganger i så fall innkjøpsprisen ikke med bare 10, men med 30.

### Shinepukur Ceramics Ltd.

Da vi fant ut at Atle Brynestads produsent i Bangladesh, Shinepukur Ceramics Ltd., var eid av landets største private industrikonsern - Beximco - ble det nødvendig å drive selskapsresearch i Bangladesh. I denne forbindelse ansatte NRK en bangladeshisk journalist som hadde levert kritisk og undersøkende journalistikk til norske medier tidligere: Shahidul Alam. 50 år gamle Alam har lang erfaring som journalist og er en hyppig brukt foreleser i internasjonale pressefora. Alam snakker også flytende engelsk og er godt orientert om kvalitetskravene til undersøkende journalistikk i Vesten. Vi klargjorde for Alam premissene for prosjektet, og ba ham vurdere risikoen forbundet med å delta. Alam sa at han kunne få problemer, men at han hadde erfaring nok til å takle dette.

Shahidul Alam hadde gode kontakter i Beximco-konsernet, og leverte mye viktig informasjon. I tillegg kunne vi selv hente ut selskapsdetaljer fra de fleste land i verden gjennom internasjonale kredittopplysningsfirmaer. Fra disse kildene fikk vi informasjon om blant annet eierskap og inntjening. Dette var data som skulle bli viktig for oss i programmet – og i det betydelige etterspillet saken fikk.

Beximco er det største private industrikonsernet i Bangladesh. Konsernets eiere er blant landets rikeste og har sterk politisk innflytelse. Beximcos ledere er ikke av Asias mest kyniske, men er heller ikke så ryddige som de fremstiller seg som i Vesten. Beximco er meget dyktige på å moderere og kamuflere utnyttning av arbeidskraft, for på denne måten å holde seg inne i varmen hos vestlige ansvarlige myndigheter. De har skjønt at det kan være tilstrekkelig å gi vestlige giverland gode grunner til å tro godt om dem, for å kunne utløse bistandsmidler. Dette ble vi ganske raskt klar over -

vi så at dette var konsernets bevisste posisjonering / differensiering på det globale markedet.

Researchen viste at Beximco hadde blitt store på tekstilproduksjon. Bangladesh er forøvrig det asiatiske landet Norge importerer mest fra - og hovedvaren er nettopp tekstiler. Beximcos egentlige konkurransekraft skiller seg ikke så mye fra andre kommersielle industriforetak i Sørøst-Asia - det er massene av lutfattige arbeidere som er villige til å jobbe for nesten ingenting i lønn som gjør Beximcos eiere rike. I årsrapporten fra Beximcos markedsavdeling sto konsernet bl.a. oppført med totalt omlag 22.000 ansatte - 19.000 av disse var i følge konsernet ufaglærte arbeidere. Senere skulle det vise seg at mange av disse "ufaglærte" arbeiderne hadde laget porselen lenge før Beximco hadde så mye som tenkt tanken på det samme.

Beximcos porselensfabrikk Shinepukur Ceramics Ltd. ble bygget i 1999 og ble lansert internasjonalt som "den flinkeste gutten i industriklassen" i Bangladesh. Vi fant at fabrikkens fått hadde god tilgang til goodwill og givervilje fra vestlige land. Så også fra Norges ambassade i Dhaka og NORAD som har Bangladesh som et av sine hovedsamarbeidsland. Vi kontaktet NORAD, og for å unngå å røpe hva vi konkret lette etter, ba vi NORAD sende oss oversikter over alle NORADS bistandsytelser til foretak i Bangladesh fra 1999 og fremover. Her gikk det frem at NORAD hadde gitt Shinepukur Ceramics salgsgenter til sammen 500.000 kroner til markedsføringsarbeid. Shinepukur Ceramics er også ISO-sertifisert av Det Norske Veritas.

Nøytrale fakta om Shinepukur Ceramics var derfor viktig av to grunner. Vi ønsket å etterspore produksjonen av BC-K2, men samtidig var Shinepukur Ceramics interessant fordi norske myndigheter hadde gått god for fabrikkens. Et slikt godkjentstempel forplikter - hva det "ryddige" Beximco tillater seg overfor arbeiderne sine er normgivende for andre deler av industrien i landet.

Kanskje burde norske myndigheter og PP gjort grundigere undersøkelser før de omfavnet Beximcos nye mønsterbedrift Shinepukurs Ceramics? Researchen vår viste at den amerikanske gravejournalisten Greg Palast allerede i 1999 avslørte at Beximco underbetalte tenåringsarbeidere ved sine tekstilfabrikker.

Shinepukur Ceramics ligger i Beximco Industrial Park utenfor Dhaka. Shahidul Alam innhentet sikre bekræftelser på at PP-porselen var i aktiv produksjon på Shinepukur Ceramics. Alam avtalte et bedriftsbesøk gjennom sine kontakter ved fabrikken. Fabrikken har over 2000 ansatte som jobber i en rekke ulike produksjonshaller. Vi ba Alam om å avlegge det som på fabrikkens hjemmesider ble kalt the Bone China unit, eller benporselenshallen et besøk. Det var her BC-K2 ble laget antok vi.

Vi sendte ham et kart over fabrikkområdet fra Shinepukur Ceramics nettsider, samt omfattende billedmateriale på PP-servisene Martha og Tid, PP-emballasje, og grunnmodellen BC-K2. Målet var å finne disse objektene igjen i produksjonshallene. Alam skulle også kontakte designavdelingen ved fabrikken, og hvis mulig avtale et intervju med designeren bak BC-K2. Alam hadde allerede kjennskap til at en rekke arbeidere var svært misfornøyd med lønns- og arbeidsforhold. Han skulle prøve å få disse arbeiderne til å stille opp til intervju. Vi gjorde også en avtale om prioriteringer, minimums- og maksimumsmål for turen.

Alam reiste til Beximco Industrial Park og tok seg fram til Bone China unit i Shinepukur Ceramics. Samme kveld sendte han oss en optimistisk mail, hvor han fortalte at han hadde nådd alle maksimumsmålene vi hadde avtalt med ham. Han hadde konkret sett PP-emballasje og servisedeler, og mente det var sjanse for å kunne gjøre opptak av PP-porselen i produksjon. Han hadde fått en intervjuavtale med designeren bak BC-K2 (eller Tid eller Märtha eller Cathrine...). Alam hadde også gjort avtale om opptak og intervjuer med arbeidere i benporselenshallen, og han trodde det var mulighet for oppfølgingsintervjuer med arbeidere uten at fabrikkens ledelse var tilstede.

Vi var nå klar til å reise til Bangladesh for å gjøre opptak sammen med Shahidul Alam. Nå begynte en byråkratisk og langsom prosess for å innhente visum. Bangladesh-ambassaden ønsket en invitasjon fra en myndighetsperson eller et foretak i Bangladesh før de slapp oss inn i landet. Saksbehandlingen av visumet ville ta opp til tre uker, så de til oss. Tidsskjemaet vårt i forhold til etterproduksjon og sending så ut til å sprekke. Så fikk vi beskjed fra Alam om at Shinepukur ville bli stengt i en uke i anledning den religiøse høytiden Id. Fabrikken ville stanse

produksjon på høytidsdagene for å gi arbeiderne noen av årets få fridager. Dette var nettopp vår uke i Bangladesh.

Løsningen ble å la Alam gjennomføre opptaksarbeidet i Bangladesh sammen med en lokal og dyktig fotograf som han kjente. Senere skulle det vise seg at nettopp denne løsningen gav NRK en tilgang og en dokumentasjon vi ellers ikke hadde kunnet få.

### Opptakene i Bangladesh

Vi sendte nå av gårde en detaljert opptaksliste til Alam. Vi snakket også mye på telefon om intervjuer. Alam fortalte om arbeidere som hadde nesten alt å tape og som var redde for å kritisere, men at noen få av dem var villige til å seg intervjuer for publisering mot løfte om anonymitet. Alam reiste så av gårde til Shinepukur Ceramics for annen gang. Denne gangen med kamera.

Om kvelden etter opptak ringte en opprømt Alam til oss i redaksjonen. Alt vi hadde håpet på og mere til hadde kommet inn på tape kunne han fortelle. En uke senere kom tapene til Norge og Alam hadde ikke overdrevet - opptakene var meget godt gjennomført og den journalistiske kvaliteten på intervjuene var høy. Alam hadde intervjuet designeren bak BC-K2, grunnmodellen til PP-porselenet Martha og Tid. Designeren, som het Rustam Ali, bekreftet utvetydig at designen var hans. Alam hadde også sikret bilder av PP-emballasje og produksjon av BC-K2. Han hadde også filmet PP-servisene Tid og Märtha i et utstillingslokale i fabrikk.

Disse bildene, sammenholdt med intervjuet med designer Rustam Ali, dokumenterte at den norske designprisvinneren Tid fra PP hadde en helt annen opprinnelse og forhistorie enn den PP fortalte i sin markedsføring. Alam gjennomførte også intervjuer med flere av lederne på fabrikk. Han fikk dem til å snakke om hvordan de unnlater å opprinnelsesmerke servisene, fordi dette selger dårlig i utlandet.

Alams intervjuer med en rekke arbeidere uavhengige av hverandre ga en sannsynlig grunn til at PP hadde falt for fristelsen til å late som om porselenet fra Shinepukur Ceramics i Bangladesh var både utviklet og formgitt i Porsgrunn: porselenet fra Shinepukur Ceramics holdt en høy kvalitet, men var likevel utrolig billig. Grunnen til dette var at erfarne porselensarbeidere jobbet uten kontrakt og tjente kun 1,50 kroner

i timen. Mange av dem hadde ifølge vitnesbyrd heller ikke fått overtidsbetalt på 7 måneder.

Alam hadde forventet å bli fotfulgt av en "chaperon" på fabrikkområdet under opptak. Dette viste seg også å stemme. Under intervjuene i fabrikkhallen ble arbeiderne avbrutt av en bisittende sjef så snart de antydte noe om kritikkverdige forhold ved fabrikkene. Alam lot dette passere, og han avtalte i stedet oppfølgingsintervjuer med arbeiderne utenom arbeidstid. Det var et av disse intervjuene vi brukte i den ferdige sendingen.

Arbeiderne kunne fortelle om en rekke graverende forhold. Mange hadde jobbet i årevis uten lønnsavancement til tross for at de ble lovet dette da de begynte i jobben. Ledelsen ved Shinepukur Ceramics har senere forklart dette med at de var "trainees". Den lengste "trainee-perioden" i vårt materiale er på 5 år!

En kvinnelig arbeider sa at hun brukte halve lønna på reise til og fra arbeid. Senere ble også dette tilbakevist av ledelsen ved Shinepukur Ceramics. De hevdet at arbeiderne ble transportert helt gratis til og fra arbeid. Ikke en direkte løgn dette, men denne transporten er en shuttlebuss inn og ut av industriparken. De 10 milene i buss på dårlige veier frem til fabrikkområdet som vår kvinnelige arbeider fortalte om, betalte hun selv.

Ingen av arbeiderne kunne fagorganisere seg - det medførte at de mistet jobben. I stedet fanget fabrikkledelsen opp ledertypene og nøytraliserte dem ved å forfordle dem. Noen arbeidere fortalte om manglende pensjonsordninger. Andre arbeidere kunne fortelle at de måtte jobbe selv om de var syke. Det Norske Veritas' ISO-sertifisering, som prydet veggene i fabrikkene, garanterte for tilgjengelig sykebil og helsepersonell på industriområdet. Denne sykebilen og helsepersonellet var fraværende. Arbeiderne fortalte også at de ble forhåndsinstruert i hva de skulle si når ISO-inspektørene kom på sine relativt sjeldne og forhåndsvarslede besøk.

Vi hadde kunnet bruke alt dette i vår sending. På den annen side forventet vi en kraftig motreaksjon når programmet ble publisert. Derfor valgte vi å legge inn en ekstra sikkerhetsskranke – vi ville kun bruke påstander som kunne bekreftes fullt ut fra flere uavhengige og eksterne kilder: at arbeiderne ikke fikk overtidsbetalt, og at



dagarbeiderne ved Shinepukur Ceramics tjente under minstelønnsnivået i Bangladesh.

### **Manglende overtidsbetaling, dagarbeidere og underbetaling**

Samtlige arbeidere Shahidul Alam snakket med fortalte at de ikke hadde fått overtidsbetalt på syv måneder. En arbeider hadde ventet på overtidsbetaling i nesten et helt år. En slik manglende overtidsbetaling er svært dramatisk for familier som i utgangspunktet lever på ekstremt lave inntekter og som jobber mye overtid nettopp for å klare seg. I verste fall fører en slik lønnspraksis til at barna i familiene må ut og jobbe.

Senere i prosjektet vedgikk ledelsen ved Shinepukur Ceramics at de ikke hadde betalt for overtid den siste tiden, men at dette var til arbeidernes eget beste - pengene ble satt inn i et slags arbeidernes krisefond i tilfelle sykdom og dårlige tider! Den egentlige grunnen er nok at fabrikken har svingende ordretilgang, at de har en bevisst underbemanning, for så å kjøre arbeiderne ( som har ordinær seksdagers arbeidsuke) hardt når det trengs. I tillegg unnlot de altså å utbetale overtidspengene - antakelig for å holde likviditeten oppe. Slike ting skjedde også her i Norge - den gangen for over hundre år siden da vi var et lutfattig land, og fabrikkarbeiderne var truet av sult.

De aller dårligst betalte Shinepukurarbeiderne var dagarbeidere - dvs. arbeidere uten kontrakt og rettigheter. De kom til fabrikkporten hver dag, og hver dag kunne bli den siste. Noen hadde jobbet slik i flere år for å kunne holde liv i seg selv og ofte en stor barneflokk i tillegg. Vår research viste at de verste sweatshopene i Bangladesh hadde opptil 70 % av arbeidsstokken på kontraktsløs dagarbeiderbasis. Vi antok at Shinepukur Ceramics Ltd., med sin ordentlige fasade, ikke hadde kunnet ta så hardt i. Fabrikken har som nevnt til sammen 2000 ansatte. Vi anslo meget nøkternt at andelen rettighetsløse dagarbeidere på Shinepukur lå mellom 10 og 20%. Shahidul Alam hadde en kilde som oppgav et tall i overkant av dette. En slik andel er det mulig å kamuflere totalt i offisielle dokumenter ved hjelp av fortielse om ordrer, overtidsarbeid o.l. Vårt anslag ble bekreftet av Shinepukurs Ceramics ledelse på et mye senere tidspunkt. I et vedlegg til en omfattende PFU-klage erklærte fabrikkens ledelse at de har omlag 280 dagarbeidere gående på sin fabrikk.

Noen har hevdet i etterkant at Shinepukur Ceramics driver bedre enn mange andre fabrikker i Bangladesh. At bare det å ha en jobb i Bangladesh er en luksus. Slik vi så det var ikke i prinsippet bangladeshiske industriarbeideres velferdsbehov noe annerledes enn f.eks. norske industriarbeideres behov. Og som nevnt: Beximco er omgitt av velvillige vestlige donorer, og konsernet garanterer for at deres arbeidere har en rekke goder som vårt materiale viste at de ikke hadde.

Når det gjelder dagarbeidernes timelønn, så er 1,50 kroner i timen svært lite - selv i Bangladesh. Videre research viste at Shinepukur Ceramics Ltd., den flinkeste gutten i industrialistklassen i Bangladesh og støttet av norske bistandskroner, betalte sine dagarbeidere under det etablerte minstelønnsnivået i landet. Men det å finne nøytral dokumentasjon for minstelønnsnivået i det kaotiske Bangladesh var imidlertid en meget tidkrevende jobb.

Shahidul Alam hadde gjort intervjuer med 6 ansatte ved Shinepukur Ceramics. Han hadde også snakket med en rekke andre arbeidere. Flere av disse var dagarbeidere uten avtale med fabrikken. Disse dagarbeiderne tjente kun 70 taka pr. dag. Denne dagslønningen ble senere heller ikke bestridt av Shinepukurs Ceramics ledelse eller PPs eiere.

Men så til selve underbetalingen. Vi gikk igjennom informasjon fra Bangladesh Law Book Center, som er det offisielle dokumentasjonssenteret for regjeringen i Bangladesh. Tallene var fra 1997 og var de nyeste for total minstelønn for industriarbeidere i Bangladesh, medregnet obligatoriske ekstraytelser:

1. Basislønn: Tk 1,500
2. Medisinsk støtte: Tk 200
3. Husleiestøtte: Tk 800 (50 % av basis i landområder)
4. Transportstøtte: Tk 80
5. Lunsjstøtte: Tk 100
6. Bonus: Tk 150 (10 % av basis)

Den laveste lønnen en offentlig industriarbeider kan få er derfor Tk.2,830 hvis han/hun arbeider i et landområde. Selv om denne minstelønnen pr. måned fordeles over

så mye som 30 dager, vil dagslønnen likevel bli 94 taka. I tillegg er det ikke her oppjustert for Bangladeshes galopperende inflasjon siden 1997.

Denne informasjonen ble kryssjekket med flere øvrige kilder. Vi var kjent med at det er ulike lønnsstandarder som fordeler seg på hver enkelt næringssektor i Bangladesh. En standard gjelder bl.a. for landbrukssektoren, hvor det er dårligst betalt. Det gjelder en egen standard for industrisektoren, og det var den vi forholdt oss til. Denne standarden er en offisiell, lovfestet minstelønn i Bangladesh. Fabrikken Shinepukur Ceramics Ltd. omfattes av industrisektoren i Bangladesh.

Den mest autoritative kilden vi fant som støttet informasjonen i Bangladesh Law Book Center var det amerikanske utenriksdepartementet. Det amerikanske utenriksdepartementet, ved sin avdeling "Bureau of Democracy, Human Rights and Labor", har utgitt en rapport som heter "Country reports on Human Rights Practices" (2002). Denne rapporten anses av Economic Research Institute (ERI) i USA som den nyeste og mest oppdaterte informasjonen i verden om lønnsforholdene i Bangladesh. ERI bekreftet dette på telefon med oss før sending. ERI er en privat forskningsstiftelse som utelukkende leverer informasjon om lønninger og lønnsnivå i USA, Europa og Asia. ERI har de 500 største selskapene i USA på sin kundeliste, det amerikanske embetsverket samt Pentagon.

Det amerikanske utenriksdepartementet opplyste i sin rapport at det foreligger en vedtatt minstelønn fra The National Pay and Wages Commission i Bangladesh som gjelder industrisektoren. Denne minstelønnen hadde de to siste årene vært 2.650 taka pr. måned. Med 6 dagers arbeidsuke tilsvarer dette en dagslønn på 110 taka. Dette er altså drøyt 40 taka mer enn det dagarbeiderne på Shinepukur Ceramics Ltd. får utbetalt pr. dag. Vi så også at minstelønnen for industriarbeidere innenfor frihandelssonen i Bangladesh er 3.400 taka i måneden, og vi tok høyde for at Shinepukur fabrikken ligger utenfor denne sonen.

Alle disse opplysningene ble bekreftet av den uavhengige, frivillige og ikke-statlige hjelpeorganisasjonen CODEC i Bangladesh, som konstaterte at den offisielle minstelønnen er 100 taka pr. dag.

De samme opplysningene ble dessuten bekreftet av Morten Rønning som tidligere var knyttet til organisasjonen NorWatch, som bl.a. er støttet av NORAD.

Vi hadde altså fem uavhengige kilder som bekreftet vår påstand om minstelønn, hvorav to svært autoritative: regjeringens eget dokumentasjonssenter – Bangladesh Law Book Center, og amerikansk UD/ ERI.

I tillegg var det uansett slik at arbeiderne ved fabrikken må betales minst to ganger mer enn det de får i lønn i dag for å unngå et liv i slummen, ifølge organisasjonen NorWatch.

Vi gikk også gjennom rapporten: National Strategy for Economic Growth, Poverty Reduction and Social Development (2003), fra finansdepartementet i Bangladesh. Denne rapporten slår fast at en enkelt person trenger 724,56 taka for å leve over fattigdomsgrensen. En familie (antallet familiemedlemmer er generelt høyt i Bangladesh) som lever på én inntekt trenger 3.623 taka for å leve over fattigdomsgrensen.

Vi ønsket også å finne ut hvor mye sjefen ved Shinepukur Ceramics tjente i året for å kunne gjøre en sammenligning. Slike opplysninger sitter langt inne i Bangladesh, men en uavhengig avis i Bangladesh (ikke The Independent som eies av Beximcokonsernet og som aldri skriver et skjevt ord om sin eier) hadde gjort en kritisk sak om Shinepukursjefens forgjenger, fordi han en periode ble lønnet både som industrileder og politiker. I denne artikkelen var det oppgitt en ventelønn over 3 måneder. Vi forutsatte at ventelønnen ikke kunne være høyere enn fulltidslønnen, og kom frem til en ordinær årslønn på minimum 5,5 millioner taka. I vår sending sammenlignet vi denne forsiktig anslåtte sjefslønnen med dagarbeidernes lønninger slik:

En dagsarbeider ved Shinepukur Ceramics ville måtte jobbe i 240 år for å tjene like mye som fabrikk sjefen tjente på ett år.

### **Intervjuet med Atle Brynestad**

Vi var nå klare til å konfrontere PPs eneeier, Atle Brynestad, med våre funn. Vi hadde en omfattende kontakt med flere representanter for hans eierkonsern, CG Holding, i

forkant av intervjuet. CG Holding ønsket å henvise intervjuet til ledelsen ved Porsgrund Porselænsfabrik, men vi ønsket å intervju Atle Brynestad i egenskap av eeneier av bedriften. Vi understreket spesielt at det ville kunne fremkomme påstander i dokumentaren som Brynestad hadde tilsvarsrett i forhold til. Etter samtalene, som var med finansdirektør Christian Butenschøn og Atle Brynestad, fikk vi et klart inntrykk av at Brynestad ikke ønsket å stille til intervju – til tross for tilsvarsaspektet. Vi mente det var viktig, både for Atle Brynestad og for programmet, at han stilte opp. Derfor ga vi ham et tilbud om et formøte for å diskutere saken nærmere. Det er relativt sjelden vi gjennomfører slike formøter – normalt forventes det at folk i Brynestads posisjon kan stille opp og svare på spørsmål om sentrale deler av forretningsdriften uten inngående forhåndsbriefing.

Møtet ble avholdt i CG Holdings lokaler den 9. januar 2004. I møtet redegjorde vi for NRK Brennpunkts arbeidsmetoder og samfunnsoppdrag, og vi fortalte hvorfor vi ønsket å se nærmere på PP. Atle Brynestad, og Christian Butenschøn som også deltok, ble gjort grundig oppmerksom på at programmet ville ha en kritisk vinkling. Under møtet ble en rekke ulike tema knyttet til porselensproduksjon tatt opp – uteproduksjon av porselen i Bangladesh var et av temaene som ble drøftet. I den forbindelsen kan det nevnes at Brynestad og Butenschøn på direkte spørsmål nektet å oppgi navnet på fabrikken i Bangladesh, men oppga at en hovedårsak til at produksjonen var flyttet dit var at lønnskostnadene var "20 ganger så lave som i Norge".

Mot slutten av møtet var Brynestad ennå usikker på om han ville la seg intervju. Vi tilbød ham da to alternativer. Vi kunne arrangere et formøte på selve intervjudagen der vi ville kunne gå detaljert gjennom spørsmålsstillingene vi ville reise i intervjuet. Alternativt kunne vi oversende en liste over de temaene vi ville ta opp i intervjuet noen dager i forveien. Brynestad og Butenschøn ble gjort oppmerksom på at disse skriftlige temaene i så fall ville bli langt mer generelle, og at vi i så fall måtte ta forbehold om detaljerte oppfølgingsspørsmål. Årsaken til dette er at Brennpunkt i likhet med mesteparten av norsk presse av prinsipielle årsaker ikke oversender detaljerte spørsmålslistor på forhånd. Brynestad valgte selv det andre alternativet.

Av listen som ble oversendt to dager før intervjuet gikk det tydelig frem at uteproduksjon, arbeidsforhold og design ville bli hovedtema i intervjuet. Det ingen tvil om at Brynestad fikk forhåndsinformasjon og service som er langt mer omfattende enn de aller fleste intervjuobjekter får.

Da intervjuet skulle gjøres ventet vi, på Atle Brynestads anmodning, en time i CG Holdings lokaler før vi satte i gang det forhåndsavtalte intervjuet. Grunnen var at Brynestad ventet på en budbil fra Porsgrunn som skulle levere en dekor-mal i tre som Brynestad ønsket å vise frem på TV. Dette ville han gjøre for å understreke at "Porsgrund Designteam" ved PP i Norge hadde "lagt ned et betydelig arbeid" i designet av serviset "Tid".

Brynestad fikk oppfylt sitt ønske - og sekvensen hvor han viser frem dekor-malen i tre ble tatt med i det ferdige programmet. Men Brynestad visste på forhånd at historien ikke stoppet der. Brennpunkt hadde mange uker tidligere gjort et intervju med en butikksjef på Glasmagasinet i Oslo, som Brynestads eier. Dette intervjuet inneholdt de samme designrelaterte spørsmålene om modell og dekor vedrørende servise "Tid" og "Märtha" som vi senere stilte på intervjuet med Brynestad. Brynestad opplyste på telefon flere uker før intervjuet med ham fant sted at han hadde fått rapport fra den nevnte butikksjefen. I forkant av intervjuet hadde Brynestad også fylt opp bordet foran seg med kopper og skåler fra "Tid" og "Märtha"-servisene. Atle Brynestad var følgelig så godt forberedt som det er mulig å være.

Selve intervjuet med Atle Brynestad ble gjort helt etter boka - vi konfronterte Brynestad med våre funn gjennom enkle, nøytrale og åpne spørsmål. Brynestad fikk rikelig anledning til å imøtegå våre opplysninger. At Brynestad hadde visse problemer med å svare skikkelig skyldes etter vårt syn ene og alene at vi hadde en god sak, og at vi hadde gjort en grundig jobb i Oslo, Porsgrunn og Dhaka – ikke som Brynestad senere hevdet, at han var blitt overrumplet av spørsmålstemaet.

### **Brynestad prøver å stanse vår sending**

I dagene mellom intervjuet og sendedato brukte Atle Brynestad sine kontakter og innflytelse for å stoppe vår sending. I tillegg bombarderte han oss med tilsvarsfakser som inneholdt nye og detaljerte opplysninger om virksomheten ved PP og

Chinepukurfabrikken. Overfor Brennpunkts redaktør kom kravet om at intervjuet måtte trekkes, noe som ikke ble imøtekommet. Uten intervjuet med Brynestad ville ikke tilsvarkravet være ivaretatt, og sendingen kunne ikke gå på lufta. Videre var Brynestad i kontakt med kringkastingssjefen for å markedsføre sin sak. Her beklaget han seg over Brennpunkts arbeid og det ble gjennom andre presseoppslag hevdet at han ønsket å stanse sendingen (dette har Brynestad og hans advokat senere hevdet er feil).

Da vi intervjuet Atle Brynestad hadde han ikke klart for seg om det Shinepukurfabrikken betalte var å betrakte som under lovfestet minstelønn. Nå viftet Brynestad imidlertid med en rykende fersk e-post han hadde fått fra ambassaderåd Peter Melby ved den norske ambassaden i Dhaka. I denne ikke kildebelagte e-posten bedyret ambassaderåd Melby at arbeiderne ved Shinepukur tjente godt over minstelønnsnivået i Bangladesh. Melby viste til "hva han visste" og til lønnsnivået til de lavest betalte i Bangladesh: landbruksarbeiderne.

Kringkastingssjefen hadde en dialog med redaksjonen i tiden frem mot sending om vi ikke burde moderere kritikken vår i programmet på dette punktet. E-posten fra Norges representant i Dhaka hadde gjort inntrykk. Men standpunktet ble at vi ikke ønsket ikke å moderere kritikken. Vi hadde gode og nøytrale kilder som støttet våre påstander. Programmet ble sendt i sin opprinnelige form, uten endringer.

### Etterspill

Noen dager etter vår sending stilte en kampklar Brynestad til debatt med kringkastingssjefen i NRKs debattprogram Redaksjon1. Basert på den omtalte e-posten beskyldte Brynestad Bernander for å være en løgner.

Da Brynestads offisielle kilde, ambassaderåd Peter Melby i Dhaka, dagen etter fikk nyss om rabalderet hjemme i Norge, kom et tilbaketog. Melby sendte prompte en e-post nummer to, hvor han trakk tilbake viktige deler av sine skråsikre påstander om minstelønnsnivået i Bangladesh. (Melby var forøvrig tidligere områdesjef for NORAD i Dhaka. NORAD har som tidligere nevnt støttet Shinepukur Ceramics med bistandsmidler - nærmere bestemt 500.000 kroner til markedsføringsarbeid).

Noen dager senere rykket likevel Brynestads kone, Linn Stokke, ut og skjelte ut både Brennpunkt redaksjonen og Bernander personlig i en kronikk i Dagbladet. Avisen valgte å kjøre saken på forsiden. Også hun viste til den første e-posten fra ambassaderåd Melby i Dhaka. Denne kronikken, som forøvrig far preget av CG Holdings lett gjenkjennelige formuleringer og argumentasjon, valgte vi å svare på en uke senere. Her redegjorde vi for vårt kildegrunnlag og avviste at det var begått presseetiske overtramp.

Flere meldte seg på i kampens hete. Kun få dager etter vår sending sendte den NORAD-eide avisa Bistandsaktuelt en reporter til Bangladesh. Reporteren tok kontakt med Brennpunktredaksjonen like før avreise. Hun fortalte at hun satt på et dokument "med stempel og greier" som sa at våre påstander om lønnsforholdene ved Shinepukur Ceramics var feil. Dokumentet viste seg å være en egenerklæring fra fabrikkens produksjonssjef. Vi sendte alle våre kilder på minstelønn over til henne.

En måned senere kom artikkelen i Bistandsaktuelt. NORAD-avisens historie hadde tittelen:

**«Porselensbløffen» i Bangladesh** - På sporet av «slavelignende kontrakter» – et forsøk på en nyansert bedriftsreportasje

I ingressen stod det:

"Vi tar av til høyre, kjører inn en stor port, til et landskap med velpleide busker, litt plen og lave produksjonshus. Like ved metter to gråsvarte okser magene med irrgrønt og frodig gress. Et skilt forteller at vi er på rett sted: «Shinepukur Ceramics."

I artikkelen legges det mye vekt på hvor rent og pent det ser ut på Shinepukur Ceramics, men heldigvis hadde journalisten sjekket våre opplysninger om underbetalingen av menneskene inne i fabrikkens. Hennes kilder støttet vårt syn. En av fabrikkens ledere vedgikk også at "1,50 kroner i timen var under et eksistensminimum".

Også Atle Brynestads og hans eierkonsern, CG Holding, var svært aktive for å velte vår historie i etterkant. De satt hele 3-månedersfristen ut før de klaget oss inn til PFU. De hyrte inn til sammen tre advokater for å spisse sin klage. De sendte i tillegg en delegasjon med betrodd medarbeidere til Bangladesh. Denne delegasjonen



trommet sammen Shinepukurs Ceramics mektige eiere til et møte med NRKs journalist Shahidul Alam. På dette møtet ble Alam presset til å skrive under en erklæring som de dikterte for ham. CG Holdings folk ville ha det til at Alam ikke hadde noen som helst kjennskap til at materialet hans ville inngå i et kritisk program her i Norge. Dette kunne vi selvfølgelig avkrefte i vårt tilsvarende svar i PFU-klagen en stund senere, ved ganske enkelt å vise frem vår bestilling til Alam, hvor premiss, opptak og intervjuer er avklart ned til minste detalj.

Vi var imidlertid nå svært bekymret for Alams sikkerhet. Bangladesh er et av verdens mest korrupte land. Hver år mister et titalls journalister livet i Bangladesh. Brennpunkts redaktør og NRKs advokat tok derfor straks kontakt med CG Holding da trakkasseringen av Alam ble kjent for oss. Det ble gjort klart for CG Holding at NRK anså denne handlemåten for å være helt uakseptabel. NRK vurderte også å slå alarm via den norske ambassaden i Dhaka, men Alam mente han hadde situasjonen under en slags kontroll. Alam tok seg et lengre studieopphold utenlands.

### Konsekvenser

"Porselensbløffen" medførte betydelig debatt i mange fora. Etter vår sending oppfordret LO Grenland til boikott av PP. Flere ledende designere og en tidligere direktør ved PP gikk ut og kritiserte PPs omgang med design og uteproduksjon. To av jurymedlemmene som gav PP-serviset Tid prisen for god norsk design har underkjent pristildelingen offentlig. Norsk designråds priskriterier har blitt revidert. PP har erklært at de fra nå av vil opprinnelsesmerke sine utenlandsproduserte porselensserviser. De omtalte PP-servisene fra Bangladesh gikk i store deler av 2004 for halv pris i Brynestads butikker.

Brennpunkt nominerte "Porselensbløffen" som en av sine kandidater til finalen i "Prix Europa" 2004, som er et årlig, uoffisielt europamesterskap i TV og radioproduksjoner. Filmen ble plukket ut til finalen i current affairs klassen og en internasjonal jury tildelte "Porselensbløffen" en tredje plass i skarp konkurranse med dokumentarer fra hele Europa. "Porselensbløffen" slo bl.a. BBCs prestisjetunge under cover kandidat "The Secret Policeman" og den mye omtalte "Citizen Berlusconi" fra Italiensk TV. NRK har bare en gang tidligere nådd så høyt i denne kategorien i Prix Europa. Det foreligger ingen offisiell juryuttalelse for andre en vinneren, men juryen la bl.a. vekt på hvordan

den lille og store historien var vevet sammen på en forbilledlig måte og var godt dokumentert, og at fortellingen om porselensserviset hadde et større og viktig klangbunn som mange av Europas land kunne kjenne seg igjen i.

Filmen ble også tildelt Telemark Journalistlags pris for 2004.

### Spesielle erfaringer

Saken medførte en sjeldent intens motkampanje. Vi ble skjelt ut direkte av Atle Brynestad og i media ellers. Store ressurser ble brukt for å stanse oss og grave opp motdokumentasjon. Kringkastingssjefen ble involvert direkte før sending. Tilsvarsrett og klagerett ble brukt for det de var verdt. Tre advokater jobbet mot oss. CG Holding sendte en delegasjon til Bangladesh. Shahidul Alam ble utsatt for uakseptabelt press. CG Holdings PFU-klage samt tilsvar var på flere hundre sider. Saken levde i 7 lange måneder etter sending - helt til PFU hadde sagt sitt. PFUs kjennelse gikk i vår favør. PFU hadde heller ikke en eneste kritisk merknad til vår metodikk og arbeid. Kjennelsen er vedlagt.

Det mest gledelige internt i prosjektet var at samarbeidet gikk så godt - dette på tross av til dels store avstander og begrensede muligheter for kontinuerlig kommunikasjon. Samarbeidet med Shahidul Alam på dårlige telefonlinjer og med en stor tidsforskjell mellom Norge og Bangladesh var krevende. Men det gikk bra! I tillegg var det et godt samarbeid på tvers av NRK-organisasjonen mellom Brennpunkt og NRK Telemark. Samarbeidet i denne saken var svært vellykket. Vi var et bra lag!

Oslo, 08.02.04

På vegne av Shahidul Alam, Ståle Hansen og Richard Aune:

Eirik Audunson Skaar

## *Vedlegg 1*

PRESSENS FAGLIGE UTVALG UTTALER: Sak nr. 083/04

Klagen gjelder en NRK Brennpunktdokumentar hvor lønns- og arbeidsforholdene rundt Porsgrunds Porselænsfabriks produksjon i Bangladesh underkastes et kritisk søkelys. Programmet følges opp i RedaksjonEN og på NRKs nettsider. Klageren, Porsgrunds Porselænsfabrik AS (PP) og Atle Brynestad, representert ved advokat, mener Brennpunktprogrammet gir et feilaktig inntrykk av at fabrikken i Bangladesh utbytter sine arbeidere. Klageren avviser at arbeiderne blir betalt under minstelønn, og viser til at den norske ambassaden har bekreftet dette. Videre påpeker klageren at serviset 'TID' er designet i Norge, men at NRK framstiller det som at PP selger bangladeshisk design som norsk design. Etter klagerens syn har ikke NRK tatt hensyn til at serviset 'TID' består av 21 deler og at det er hele serviset som har fått designprisen. Klageren mener at premissene for intervjuet ikke var klargjort på forhånd, og at omtalen av hans person bryter med god presseskikk.

NRK Brennpunkt hevder at alle påstander i programmet 'Porselensbløffen' er sannferdige og i overensstemmelse med de faktiske forhold. NRK viser til at en rekke kilder dokumenterer at dagarbeiderne tjener under minstelønnsatsen, og kan ikke se at ambassadens skriv endrer dette. Etter NRKs mening har PP holdt tilbake opplysninger til forbrukerne om hvor produktene produseres og hvem som har designet dem. NRK viser til at hele produksjonen, og elementer av dekor og design av serviseene 'Märtha' og 'Tid', har foregått i Bangladesh. NRK avviser at premissene for intervjuet ikke var klargjort, og mener opplysningene om Brynestads relasjoner til de kongelige var relevante.

Pressens Faglige Utvalg mener NRK Brennpunkt var i sin fulle rett til å sette søkelyset på Porsgrunds Porselænsfabriks produksjoner i Bangladesh, samt hvilke lønns- og arbeidsforhold arbeiderne der lever under.

Når det gjelder NRKs påstand om at enkelte arbeidere ved fabrikken i Bangladesh

tjener under minstelønssatsen, konstaterer utvalget, som partene, at lønssammensetningen i Bangladesh er kompleks og uoversiktlig. Ut fra den foreliggende dokumentasjon kan ikke utvalget ta stilling til hva som er den reelle minstelønssatsen for denne sektoren. Uvalget merker seg imidlertid at NRK har kontrollert og fått støtte for sine lønnsopplysninger av flere uavhengige, offisielle kilder. Etter utvalgets mening kan NRK vanskelig klandres for å holde fast på disse opplysningene ettersom klagerens dokumentasjon fra ambassaden ikke avkrefter NRKs påstand.

Utvalget har tidligere uttalt at redaksjonelle vurderinger av varer og tjenester er en naturlig og viktig del av pressens oppgave. I det påklagede tilfellet konstaterer utvalget at flere produkter fra Porsgrunds Porselænsfabrik AS er produsert og til dels formgitt på fabrikken i Bangladesh, uten at kundene opplyses om dette. Sett i lys av ovennevnte mener utvalget at NRK hadde et rimelig grunnlag for å stille kritiske spørsmål vedrørende servicets design og PPs designpris. Utvalget merker seg at klageren får komme med sin versjon av hva de oppfatter som design, og at det klart framgår hva PP har bidratt med av uttrykk på servicet. Etter utvalgets syn er premissene for intervjuet tilstrekkelig klargjort overfor klageren. Utvalget kan ikke se at omtalen av Brynestads forbindelser er i strid med de presseetiske normer. Utvalget merker seg også at klageren blir gitt rikelig anledning til å utdype sitt syn i RedaksjonEN. I lys av ovennevnte kan utvalget heller ikke se at omtalen og diskusjonen i henholdsvis RedaksjonEN og på NRKs nettsider faller utenfor de presseetiske normer.

NRK har ikke brutt god presseskikk.

Oslo, 24. august 2004

Odd Isungset,

Hilde Haugsgjerd, John Olav Egeland,

Ingeborg Moræus Hanssen, Eva Sannum, Trygve Wyller