

Misjon og næringsliv: Kan næringslivet bruke kompetansen til misjonsorganisasjoner - og *vice versa* - kan misjonsorganisasjoner samarbeide med næringslivet?¹

ØYVIND DAHL

I en artikkel i næringslivsmagasinet Petro & Industri² ble jeg intervjuet om forholdet mellom business og bistand. Jeg sa at oljeselskapet StatoilHydro heller kunne gi pengene til misjonen enn å drive sitt eget bistandsarbeid. Artikkelen og uttalelsene ble slått stort opp i Vårt Land³ som fant støtte for mine synspunkter hos BI-professor Jørgen Randers som sa: "Hvis oljeselskaper har tenkt å bruke et visst antall milliarder på for eksempel fattigdomsbekjempelse eller naturvern, er det en god fremgangsmåte å bruke store, godt drevne, ideelle organisasjoner. De finnes på de fleste felt, er som regel til stede med lokale folk og slipper den kulturgrøfta selskapene selv hadde vært nødt til å ta seg over."

La oss se litt nærmere på temaet. Hvorfor ønsker StatoilHydro og andre større selskaper å drive eget bistandsarbeid i de land de arbeider i? Hvilken kompetanse har de? Kunne det vært mer fornuftig å gi pengene til frivillige organisasjoner eller misjonen?

Omdømmebygging

Jeg tror at bakgrunnen for oljeselskapenes engasjement ligger i det vi kan kalle omdømmebygging. Hva er det? Omdømme ligger i anseelse og forventninger som omgivelsene har om troverdighet og redelighet. Mange bedrifter er opptatt av merkevarebygging og anerkjennelse. Store selskaper ønsker å ha et godt omdømme. Det kan de få ved å holde seg til anerkjente etiske standarder og ved å vise samfunnsansvar. I bedriftene har dette fått en egen terminologi. Det kalles "*Corporate Social Responsibility*" (CSR).

Det er en hard og langdryg prosess å bygge opp omdømme. Og det er fort å miste. Et eksempel fra avisene er Terra-skandalen der en lang rekke norske kommuner satset fremtidige kraftinntekter på et korthus som raste sammen.⁴ Acta-skandalen der en av stifterne av investeringsselskapet ble anmeldt for innsidhandel, er et nyere eksempel. Actas slagord "Jobber hardt for pengene dine" fikk plutselig en vond smak i munnen.⁵ Tap av omdømme rammer også omgivelsene og familier. For eksempel måtte informasjonssjefen i Hydro, Cecilie Ditlev-Simonsen, slutte etter at først faren, ordfører i Oslo, Per Ditlev-Simonsen, og deretter hun selv hadde innrømmet å ha hatt hemmelige bankkonti i Sveits for å unngå skatt.⁶ Statoils konsernsjef Olav Fjell måtte gå i september 2003 etter at selskapet innrømmet å ha betalt bestikkelser til en iransk tjenestemann for å sikre en kontrakt.⁷

Jeg skal ikke gå lenger inn i disse sakene, men de illustrerer at omdømme er noe som gjelder både det offentlige og det private, og at disse også henger sammen. Omdømme har med identitet å gjøre. Ekthet, redelighet og sannhet bidrar til godt omdømme. Dobbeltmoral, selvskryt, juks, økonomiske skandaler og dårlig arbeid medfører at omdømmet faller, og det kan skje uhyggelig fort. Ledere står i særdeles utsatte posisjoner. Dess høyere posisjon, dess større fallhøyde. Hvis mediene kaster seg over noen, så er det nesten umulig å verge seg. Vi har hatt eksempler på dette også i rikspolitikken i forhold til flere ministeres avgang i vår.

Oljeselskapenes mål: tjene penger eller omdømmebygging

Jeg skal i det følgende fokusere på næringslivets omdømmebygging. Vi skal ta et par eksempler som ble presentert i forbindelse med artiklene i Petro & Industri og Vårt Land.

Det viktigste landet i StatoilHydros satsning i utlandet i dag er

Angola. Mer enn halvparten av den utenlandske oljeproduksjonen kommer fra den tidligere portugisiske kolonien.⁸ StatoilHydro hadde ti milliarder kroner i inntekt fra Angola i 2006 og betalte rundt tre milliarder kroner i skatt til den angolanske staten. Etter 30 års uavhengighet, borgerkrig og mange år med oljevirkosomhet lever fortsatt 60 % av familiene under fattigdomsgrensen. Visegeneralsekretær i den angolanske fagforeningen *União Nacional dos Trabalhadores Angolanos*, Maria Fernanda Carvalho Francisco sier: "Vi er et rikt land, men folket er ekstremt fattig. Den økonomiske veksten har ikke vist igjen i sosial vekst."⁹ Milliardene StatoilHydro og de andre internasjonale oljeselskapene legger igjen i Angola, kommer ikke folket til gode. I et av verdens mest korrupte land havner pengene lett i private lommer og utenlandske bankkonti.¹⁰ I en rapport som nylig er utgitt på Christian Michelsens Institutt i Bergen¹¹ påpeker forskerne at StatoilHydro ikke utnytter sitt potensial til å ta opp styresett-utfordringene i Angola, de gjør ikke tilfredsstillende undersøkelser av hva befolkningen har behov for før de setter i gang utviklingsprosjekter, og forholder seg i liten grad til nasjonale myndigheter og deres planer for utvikling.¹²

I artiklene i *Petro & Industri* ble spørsmålet om selskapets engasjement i Angola drøftet. Konserndirektør for integritet og samfunnsansvar Anders Kullerud sa der at StatoilHydros støtte til organisasjoner og forum som EITI (*Extractive industries transparency initiative*), *Publish what you pay*, *Transparency International* og *FNs Global Compact* taler for seg selv. "Vi har en klar profil på nulltoleranse for korrupsjon. Vi oppgir hva vi betaler i skatt og avgifter. Jeg tror ikke det er tvil om hvor StatoilHydro står på dette området." I tillegg støtter selskapet mineryddingsaktiviteter etter borgerkrigen, programmer mot HIV/Aids, grunnleggende utdanning for flyktninger, boring av brønner, utvikling av utdanningsinfrastruktur og lærerutdanningsprogrammer.¹³

Aker Solutions' (tidl. Aker Kværner) talskvinne Karen Romer sa i *Vårt Land* at de samarbeider med frivillige organisasjoner. Men kirke og misjon kommer ikke på listen over partnere. "Vi har som prinsipp at organisasjoner må være religiøst og politisk nøytrale." Hun viser til at selskapet har sammensatt arbeidsstokk, ansatte av ulike religioner og politiske oppfatninger. "Vi må vise respekt for det faktum at vi er et verdensomspennende selskap," sier hun.

Hun er imidlertid enig i at samarbeid med frivillige organisasjoner er en vei å gå. Selskapet har etter en spørreundersøkelse blant ansatte gått tett inn i et samarbeid med Norges Røde Kors. Det omfatter pengestøtte, kompetanseutveksling og frivillig innsats fra ansatte. "Samarbeidet gir oss adgang til prosjekter over hele verden," forklarer Romer.¹⁴

Disse innspillene reiser flere spørsmål:

1. Hvorfor bidrar selskapene til samfunnsbygging i de landene de jobber? Er det av genuin interesse for å utvikle landet? Eller er det ren omdømmebygging?
2. Dersom det er interesse for utvikling av landene, hvilke instanser kan de samarbeide med? Er misjonen en reell, mulig samarbeidspartner?

Til det første spørsmålet tror jeg vi kan si at disse selskapene er ikke primært til stede for å drive samfunnsutvikling. For å si det enkelt: *De er i disse landene for å tjene penger*. Helge Ryggvik, historiker ved Senter for teknologi, innovasjon og kultur ved Universitetet i Oslo sier: "StatoilHydro har de samme kriterier som alle andre oljeselskaper – de tar ut så mye grunnrente de kan og *har som mål å få høyest mulig inntjening*. Dermed vil de opptre som et hvilket som helst annet internasjonalt oljeselskap. Så bidrar de i tillegg med noen fine prosjekter for lokal utvikling som passer godt inn i glansede brosjyrer om samfunnsansvar."¹⁵

Ketil Fred Hansen som er postdoktor ved Universitetet i Stavanger, er også skeptisk. "StatoilHydro deltar i alle disse store initiativene som gir positivt speilbilde. Men *dette er ren omdømmebygging*. Det gagnar ikke folk i de landene der StatoilHydro har aktivitet, det bedrer bare StatoilHydros omdømme. Det mener jeg er feig politikk." Hansen mener StatoilHydro må tørre å kritisere regimene og makthaverne for å bedre forholdene i landene de jobber i, selv om det kan føre til at selskapet blir kastet på dørr.¹⁶

Forskerne ved CMI sier at det virker som hensynet til bedriftens eget omdømme er viktigere enn å hjelpe den fattige befolkningen. Generelt sies det at mye av det fokuset de internasjonale selskapene har i sitt CSR arbeid, skyldes at de i utgangspunktet ikke er ment å bidra til utvikling, men heller til å forbedre bedriftens lønnsomhet.¹⁷

Vi kan vel fort bli enige om at det ikke er noe galt i å ha som mål å tjene penger. Det blir også penger igjen i de landene StatoilHydro og andre selskaper jobber i. Men det går an å spørre hvordan disse midlene blir forvaltet. Det er ingen som satser på å bygge opp noe oljefond eller pensjonsfond som skal komme landets innbyggere til gode slik det skjer i Norge takket være sterk statlig styring. Pressetalsmann Ola Morten Aanestad i StatoilHydro sier at det viktigste selskapet kan gjøre er å utvikle trygge arbeidsplasser og ha en høy standard på sysselsettingen, dernest å bistå med å utvikle lokale leverandører. I tillegg har selskapet bistandsprosjekter, såkalte CSR-prosjekter, noen driver de selv, andre steder støttes frivillige organisasjoner. For eksempel samarbeider StatoilHydro med Flyktningehjelpen i Aserbajdsjan. På spørsmål om det kan være aktuelt å samarbeide med kristne organisasjoner svarer han at de har ikke noe prinsipielt standpunkt mot å gjøre det. "Det viktigste er jobben som gjøres."¹⁸

Vi kan slå fast at bedriftene er i disse landene for å tjene penger. De satser også på å bygge sitt omdømme. Det er vel heller ikke etisk forkastelig. Men dersom bedriftene lukker øynene igjen for overgrep, korrupsjon og vanstyre uten å si fra, kan en reise kritikk. Går forretningshensyn over etiske hensyn når de opererer i den tredje verden?

Samarbeid med frivillige organisasjoner og kravet om nøytralitet

La oss nå gå til mitt andre spørsmål: Er misjonsorganisasjonene mulige samarbeidspartnere? En kan også stille spørsmålet om misjonsorganisasjonene vil tape sitt omdømme om de går inn i et samarbeid med rent forretningsmessige foretak.

Før jeg går inn på denne problemstillingen, vil jeg si noe om et tema som stadig kommer opp i forhold til misjonsorganisasjonene. Går det an å være "religiøs og politisk nøytral" som talskvinnen fra Aker Solutions nevnte som et kriterium?

I min tid som generalsekretær i Bistandsnemnda (2001 – 2003) falt det i min lodd å forhandle med Norad om en ny tre-årig samarbeidsavtale på vegne av misjonsorganisasjonene. Det slo meg da at det har skjedd en endring i tenkingen omkring dette med nøytralitet i bistanden.

I Stortingsmeldingen som la grunnen for samarbeidet mellom

Norad og frivillige organisasjoner i 1962, stod følgende paragraf: "Støtte fra Norsk Utviklingshjelp er betinget av at vedkommende tiltak ikke blir brukt til å fremme politiske eller religiøse særformål."¹⁹ Denne paragrafen ble nøye diskutert av misjonslederne som ikke uten videre ville ta imot statlige penger dersom dette skulle føre til at misjonen mistet sin egenart.²⁰ Debatten førte til en endring i paragrafen i 1971. Da sto det "Støtte kan bare gis til tiltak som kommer den stedlige befolkning til gode uten hensyn til rase, tro eller oppfatninger." Med denne presisering hadde misjonsorganisasjonene ingen problemer med å motta statlig støtte. Alle deres prosjekter var nettopp rettet inn på slike målgrupper.²¹

I Stortingsmeldingen (hittil siste om bistandssamarbeid) som ble lagt frem under statsråd Hilde Frafjord Johnson under siste Bondevik-regjering, heter det: "Organisasjonene oppfordres til å være tydelige på sin egenart, på sitt verdigrunnlag og hva de definerer som sin rolle og merverdi i utviklingssamarbeidet."²²

Dette er noe helt annet enn nøytralitets-paragrafen fra 1962. I 2004 erkjennes det at enhver organisasjon, det være seg Redd Barna, Flyktningehjelpen, eller misjonsorganisasjonene står for et verdisyn og en ideologi som de fritt må kunne erkjenne, og endatil være tydelige på. Etter min mening har misjonsorganisasjonene aldri forsøkt å fremstille seg som verdimessig nøytrale. De har hele tiden vært klare på sitt verdigrunnlag i motsetning til andre organisasjoner som gir inntrykk av at de er verdimessig nøytrale – noe som faktisk er umulig. Misjonsorganisasjonene står på et verdigrunnlag enten det gjelder forkynnelse av evangeliet eller innsats i bistand og diakoni som vi vil kalle det. Begrunnelsen for misjonens innsats i bistand og arbeid for menneskerettigheter og et verdig liv ligger i Jesu omsorg for hele mennesket, legeme og sjel: Han underviste og han helbredet.

I våre forhandlinger med Norad i 2003 måtte Bistandsnemnda redegjøre for sitt verdimessige og ideologiske ståsted på samme måte som også Redd Barna, Norsk Folkehjelp og Norges Røde Kors. Det er en helt ærlig sak. Under sitt 25-årsjubileum i januar 2009, markerte Bistandsnemnda sitt ståsted ved å fokusere på temaet "trosbasert bistand". I flere av foredragene ble det fremhevet at troen faktisk er et viktig fundament for bistandsvirksomhet idet mennesket blir sett som en helhet. Troen er kirkens merverdi.²³

Dette må også være misjonsorganisasjonenes ståsted i forhold til et samarbeid med næringslivet. Vi har ingen grunn til å skjule vårt verdigrunnlag. Det skal være klart hva misjonsorganisasjonene står for. Samtidig mener jeg at vi faktisk har noen fortrinn som ikke enhver annen hjelpeorganisasjon har, gjennom vårt samarbeid med lokale kirker i misjonslandene.

Misjonsselskapenes komparative fortrinn

Det lutherske verdensforbund (LWF) har uttrykt misjonsoppdraget gjennom tre dimensjoner: For det første består det av "*proclamation*" - forkynnelse av evangeliet. Dernest er "*diaconal service*" - diakonal tjeneste og det vi i dag kaller bistand - en del av oppdraget. For det tredje er "*advocacy*" – talsmannsvirksomhet - "å være en stemme for den som ingen stemme har," et av misjonens oppdrag.²⁴ Hver av disse har teologisk legitimitet, de støtter hverandre og avhenger av hverandre.

I Det norske misjonsselskap (NMS) har disse tre dimensjonene fått ett nedslag i formuleringen av tre programområder som alle begynner med bokstaven B: Budskap, Bistand, Bygging.²⁵ *Budskap* står for evangelisering og menighetsbygging (*proclamation*), *Bistand* står for diakoni og bistand (*diaconal service*) og *Bygging* står for lederutvikling og organisasjonsbygging (Dette er ikke akkurat det samme som *advocacy*, men indirekte bidrar etableringen av selvstendige kirkeorganisasjoner med kompetente ledere til mulighetene for å være "en stemme for den som ingen stemme har". *Empowerment* er kanskje et bedre ord).

Da vi i Bistandsnemnda ble utfordret av Norad til å formulere hvilke fortrinn eller merverdi (*added values*) vi har gjennom misjonens nettverk, satte vi opp denne listen:

- Stort kontaktnett i det sivile samfunn
- Lokal forankring. Lokalt baserte endringsagenter, lokal kunnskap
- Mulighet til å nå fattige grupper som ofte ikke prioriteres av det offentlige, uavhengig av politisk og religiøs oppfatning
- Langsiktig og gjensidig forpliktende samarbeid, bærekraft, forutsigbarhet
- Mye lokal kultur- og språkkompetanse
- Kostnadseffektiv innsats og rimelig administrasjon, fordi den lokale organisasjonsstrukturen kan benyttes

- Nær kommunikasjon mellom menigheter i sør og kristne grupper i Norge. Også kalt "Norgesaksen"
- Betydelig bistandsfaglig kompetanse ikke minst i Bistandsnemnda og de større misjonsorganisasjonene
- De lokale kirkene kan være "vaktbikkjer" ved overtramp i forhold til menneskerettigheter og overgrep (*advocacy*)

Misjonsorganisasjonene og Bistandsnemnda har akseptert at Norad ikke vil gi penger til evangelisering. Regnskapsmessig har det gått greit å skille ut bistandsprosjekter fra evangeliseringsprosjekter. Norske skattebetalere og Norad skal vite at pengene som ytes til misjonens prosjekter ikke går til trykking av salmebøker eller bygging av kirkehus. Penger som gis til utdanning, helsearbeid og lokal landsbyutvikling blir brukt til det de er ørmerket til.

Men det er vanskelige gråsoner. For å drive bistandsprosjektene trengs administrasjon. Det betyr demokratisk organisasjon og styringsstrukturer slik at en kan få en forsvarlig forvaltning av penger, korrekte regnskap, god internkontroll, innsyn (*transparency*) og rutiner for rapportering og evaluering. Det medfører å styrke samarbeidskirkenes kapasitet når det gjelder administrasjon og forvaltning.

Fra Bistandsnemndas side argumenterte vi overfor Norad at det å bygge opp en solid kirkeorganisasjon også bidrar til mer effektiv bistand. NMS' programområde "Bygging" har som mål å "bidra til å videreutvikle den lokale kirke eller organisasjon ut fra en erkjennelse av at lærings- og endringsprosesser skjer både hos partnere og hos NMS". Det er en gjensidighet mellom nord og sør i denne prosessen. Det dreier seg om kapasitetsbygging, utdanning og opplæring av en forsvarlig kirkelig og bistandsfaglig administrasjon i både i misjonsorganisasjonen og i samarbeidskirkene. Lederutvikling og kompetansebygging er god misjon. Oppbygging av kirkestrukturene gjør kirkene mer dyktige både i forvaltningen av evangeliet og i forvaltningen av bistand/diakoni – kort sagt mer dyktige til å møte hele mennesket slik som uttrykt i misjonens mål. De tre programmene som NMS har formulert: Budskap (evangelisering og menighetsbygging), Bistand (diakoni og bistand) og Bygging (lederutvikling og organisasjonsbygging) kan ikke helt skilles ad i misjonens virksomhet.

Misjon – misjonering og dialog

Når det gjelder de tre programområdene NMS arbeider med, innser jeg at få bedrifter ønsker å støtte arbeidet med evangelisering og menighetsbygging. Som en av lederne innen StatoilHydro sa til meg i nylig da vi diskuterte muligheten av støtte til misjonens prosjekter. "Å støtte prosjekter som drives av misjonen, blir å støtte "misjonering" og det kan vi ikke bidra til."²⁶

I mange kretser har "misjon" og "misjonering" en negativ klang. Mange oppfatter dette slik at misjon medfører at her kommer vi bedrevitende og "trykker vår tro nedover hodene" på de "stakkars innfødte" uten å bry oss om deres egne religiøse og kulturelle tradisjoner. Når ordet "misjon" nevnes, detter det ned klaffer hos alle 68-ere om at dette er "kulturimperialisme".

Jeg tror at vi som jobber i misjonsorganisasjonene, må ta selv-kritikk for den måten vi har markedsført oss på. Vi har ikke vært flinke nok til å få frem hvilken måte vi arbeider på. At våre misjonsmetoder ikke er "misjonering" i betydningen "trykke troen nedover hodet på folk", har ikke kommet klart nok frem i informasjonsmateriale fra kirkene. Vi må få frem at våre misjonsmetoder består ikke av tvang, skremsel eller lokkemat. Vi går inn i samarbeidslandene og støtter menneskenes egne bestrebelser på å skaffe seg en bedre fremtid. I de aller fleste tilfellene i dag arbeider NMS og andre misjonsorganisasjoner gjennom lokale kirker, som styres av folkets egne demokratisk valgte ledere. Kirkene har sin egen administrasjon, sine egne kirker og menigheter og sine egne diakonale tiltak og bistandsprosjekter. De norske misjonærene er støttespillere og kommer inn der landets egen kompetanse er mangelfull.

Frihetens evangelium kan kun forkynnes i frihet. Det var den metoden Jesus selv brukte. Da han forkynte for den rike unge mann som "han hadde kjær" kunne ikke mannen forlate det som bandt ham, nemlig pengene. Jesus lot ham gå, - i full frihet. Det er slik vi forkynner: Vi deler med andre det vi selv har fått, men det er full frihet til å la være å la dette gjelde for en som ikke ønsker å ta evangeliets ord innover seg.

Vår misjonsmetode må være preget av frihet og dialog i forkynnelse og handling. Dialogen gjør også at vi må se og lytte i et gjensidig forpliktende partnerskap. Våre partnere har en rekke verdier og holdninger som vi faktisk kan lære en hel masse av om

vi tar dem innover oss. Jeg har møtt mange eksempler på neste-kjærlighet og gjestfrihet hos ikke-kristne mennesker. Dialogen er også en risiko. Kan hende har den andre noe som gjør at jeg må stille spørsmål ved min egen livsstil, min egen rikdom og mine egne prioriteringer.

Jeg tar selvkritikk på misjonens vegne: Vi har ikke vært flinke til å markedsføre misjonens anliggende og arbeidsmetode overfor nye potensielle givergrupper, bedrifter og næringsgrupper. Vi sitter med et unikt fortrinn eller merverdi som det heter i bistands-språket, ved at vi har et stort kontaktnett på grasrota i fattige land. Misjonen har bidratt til å etablere lokale organisasjoner som styres av aktørene selv, som har bærekraft og tilstedeværelse. Å bidra til å bygge opp lokal kompetanse og bidra til gode bistandsprosjekter er en stor utfordring som vi gjerne kan få flere med på å støtte. *"Transformation, reconciliation and empowerment"* er gode stikkord for kirkens handling i verden, slik som formulert i LWFs siste misjonsdokument²⁷.

Vi skal være klar over at den kritikk som kan reises mot bedriftenes engasjement i utviklingsland, også lett kan reises mot kirke- og misjonsvirksomhet: Dersom kirkene lukker øynene igjen for overgrep, korrupsjon og vanstyre uten å si fra, faller også kirkenes omdømme. Dersom misjonsorganisasjonens og kirkens forretningshensyn står over etiske hensyn når de opererer i den tredje verden, rammes også disse av den samme kritikk som nærings-bedriftene.

Samarbeid næringsliv og misjon. En konklusjon

Det er flere momenter som bør drøftes nærmere før en går inn i et samarbeid mellom næringsliv og misjon. Dette gjelder både for næringslivet og for misjon og kirke.

Misjonsorganisasjonene må bli flinkere til å markedsføre hvordan de samarbeider gjennom sine partnere: lokalt forankrede kirker som gjennomfører viktige utviklingstiltak gjennom skole- og helsearbeid og gjennom integrert landsbyutvikling som kommer hele befolkningen til gode. I NMS' programprofil dokument står det: "De diakonale handlinger utføres uten hensyn til mottakeres kjønn, religion, politisk oppfatning eller nasjonalitet. Det er et mål at alt diakonalt og utviklingsrelatert arbeid sikter mot å styrke lokale demokratiske strukturer."²⁸ Dette burde være like akseptabelt for oljeselskaper som det er for Norad.

Prinsipielt burde det ikke være vanskeligere for misjonsorganisasjoner og kirker å motta støtte fra bedrifter enn det er å motta støtte fra statlig hold som for eksempel Norad og Utenriksdepartementet. Og det har misjonsselskapene allerede akseptert. Ca 142 millioner kroner overføres via Bistandsnemnda til misjonsorganisasjonene hvert år. I tillegg kanaliseres også støtte til katastrofehjelp og annet fra Utenriksdepartementet. Denne praksis har vist at det lar seg gjøre å utarbeide retningslinjer som er akseptable både for mottaker og giver. Det gjelder også praktiske ordninger som søknader, evalueringer og rapporteringer. Og jeg tør påstå at de pengene som kanaliseres gjennom misjonsorganisasjonene, jevnt over blir vel anvendt og får stor bistandseffekt.

Næringslivet på sin side, med oljeselskaper og bedrifter, må se at de ved å støtte misjon og kirke kan få større bistandseffekt enn de kan få ved å forsøke å bygge ut sitt eget bistandsarbeid gjennom sine CSR-programmer.²⁹ Oljeselskaper er ikke organisert for å drive bistand, men for å tjene penger. Dersom de ønsker å gjøre noe for å bekjempe fattigdom eller drive naturvern, kan CSR-millionene rekke lenger ved å bruke godt drevne, ideelle organisasjoner med lokal forankring og kulturkunnskap. Slike organisasjoner spiller en viktig rolle i oppbyggingen av det sivile samfunn i disse landene. Selskapenes omdømme har ikke noe å tape på å støtte religiøst forankrede organisasjoner som har god grasrotkontakt og mange komparative fortrinn som vist ovenfor.

I alt bistandsarbeid er det også et maktaspekt. CSR-prosjektene og den omdømmebygging som følger med, innebærer også maktbruk. Å formidle penger til øremerkede programmer griper inn i lokal organisasjon og frihet til å bestemme over sin egen utvikling. Det er viktig å etablere gode rammer og klare avtaler for et eventuelt samarbeid om utviklingsprosjekter.

Ved å ta i mot sponsormidler fra bedrifter og selskaper i næringslivet må misjonsorganisasjoner og lokale kirker i fattige land være klar over at det kan bli oppfattet slik at kirkene legitimerer den virksomhet som bedriftene står bak. Og som vi har sett, er det ofte grunn til å kritisere deres innsats for menneskerettigheter, kamp mot fattigdom og politisk apati i forhold til korruperte regimer. Dersom kirkene blir for tett klistret til ulike næringsvirksomheter for å skaffe seg penger, kan de risikere "å selge sjela". Det kan bli vanskeligere å komme med kritikk av uetisk virk-

somhet – av frykt for å miste pengestøtte. Kirkene har også et omdømme å ta vare på som ”lys og salt” i verden.

Misjonorganisasjoner og kirker må ikke tape av syne sin samfunnskritiske oppgave. Talsmannsrollen - *advocacy* – er en vesentlig dimensjon i misjonens program. Det dreier seg ikke bare om ”å være en stemme for den som ingen stemme har”, men enda mer ”å gi en stemme til den som ingen stemme har”. Målet må være at den fattige og undertrykte selv settes i stand til å kunne kjempe mot all fornedring og undertrykkelse og for sine rettigheter og sin verdighet som Guds skapning.

Noter

- ¹ Denne artikkelen bygger på et foredrag jeg holdt i NMS Region Agder den 15. september 2008.
- ² Se magasinet: *Petro & Industri* 1/2008 side 43-44 og 37-40. Artiklene det henvises til kan også finnes på nettutgaven: www.petromagasinet.no.
- ³ *Vårt Land* 2. feb. 2008. Side 1, 6 og 7.
- ⁴ Terra-skandalen var en finansskandale i Norge i 2007 som først involverte meglerhuset Terra Securitas og nordlandskommunene Rana, Narvik, Hemnes og Hatfjelldal. De fire nordlandskommunene hadde lånt penger med sikkerhet i fremtidige kraftinntekter og investert pengene i kompliserte fondsprodukter med høy risiko i USA gjennom Citibank. Saken ble først kjent i mediene da journalist Morten Hofstad i Finansavisen begynte å skrive om saken i slutten av oktober 2007. Etter at saken begynte å utvikle seg, viste det seg at kommunene Vik, Bremanger, Haugesund og Kvinesdal også hadde gjort lignende investeringer. Se *Wikipedia* for flere detaljer: <http://no.wikipedia.org/wiki/Terra-skandalen>.
- ⁵ Acta-gründeren Fred Ingebrigtsen ble siktet for innsidehandel sammen med fire familiemedlemmer. Acta-toppen lekket innsideinformasjon om investeringer i 100-millionersklassen til sine familiemedlemmer, som deretter skal ha handlet aksjer i Acta. Handlene er fordelt på en rekke transaksjoner over et lengre tidsrom. Se *Nettavisen* for flere detaljer om saken: <http://arkiv.nettavisen.no/Nyhet/314870/Acta-siktet+kj%C3%B8pte+f%C3%B8r+kursoppgang.html>.
- ⁶ *Wikipedia*: http://no.wikipedia.org/wiki/Per_Ditlev-Simonsen, og http://no.wikipedia.org/wiki/Cecilie_Ditlev-Simonsen.
- ⁷ Se <http://www.nrk.no/nyheter/okonomi/1.1119563>
- ⁸ Se selskapets egne hjemmesider: <http://www.statoilhydro.com/no/>
- ⁹ *Petro & Industri* 1/2008 37-40.
- ¹⁰ Et annet land hvor StatoilHydro er engasjert i samfunnsbygging er Akassa i Nigeria. Siden 1997 har selskapet støttet et utviklingsprosjekt i Akassa i Nigerdeltaet, som bygger på omfattende lokal medvirkning og deltakelse i både planleggingen og driften av prosjektet. Aktivitetene fordeler seg på fem hovedområder som vurderes som vesentlige for lisensen til å drive virksomhet i området og regionen for øvrig, nemlig bekjempelse av fattigdom, kapasitetsbygging, miljø, infrastruktur og institusjonell kapasitetsbygging. Se <http://www.statoilhydro.com/no/EnvironmentSociety/Sustainability/2007/Society/CountryCases/Nigeria/Pages/AkassaModel.aspx>.
- ¹¹ Rapporten som er skrevet av Ivar Kolstad, Arne Wiig og Heidi Larsen heter: "Hvordan gjøre gode ting bedre? Norske bedrifters CSR aktiviteter i utviklingsland." (CMI 2008). Forskerne ved CMI har intervjuet ledere i norske selskaper i Angola, Brasil, Kina og Nepal om deres CSR-prosjekter. <http://www.cmi.no/publications/publication/?3036=hvordan-gjore-gode-ting-bedre>.
- ¹² *Vårt Land* 11.09.08, side 8. og omtalen av forskningsrapporten til CMI på www.cmi.no.

- ¹³ *Petro & Industri* 1/2008 37 -40.
- ¹⁴ *Vårt Land* 2. feb. 2008 side 6.
- ¹⁵ *Petro & Industri* 1/2008, side 38.
- ¹⁶ *Petro & Industri* 1/2008, side 39.
- ¹⁷ Se omtalen av forskningsrapporten til CMI på www.cmi.no.
- ¹⁸ *Vårt Land* 2. feb. 2008, s. 6.
- ¹⁹ St. meld. 81. 1962-63.
- ²⁰ Øyvind Dahl (1986). *Private organisasjoner. Kanal for norsk bistand: Refleksjoner etter 25 års samarbeid*. Oslo: Norsk utenrikspolitisk institutt. Side 10.
- ²¹ Øyvind Dahl (1986) s. 12.
- ²² St.meld. 35. 2003-04. *Felles kamp mot fattigdom: En helhetlig utviklingspolitikk*. Oslo: Utenriksdepartementet.
- ²³ Dr. Genevieve James fra Sør Afrika konkluderte med at penger og teknologi ikke alene gir god utvikling. - Den trosbaserte dimensjonen er en positiv og viktig verdi i utviklingsarbeidet, understreket professoren fra Sør Afrika. Se Bistandsnemndas nettside: www.bnn.no.
- ²⁴ Fokus på "proclamation, diaconal service og advocacy" går tilbake til LWFs misjonsdokument fra 1988 "*Together in God's Mission: An LWF Contribution to the Understanding of Mission*". Jeg har tidligere sitert det i Øyvind Dahl (2004). "Felles kamp mot fattigdom. Bistand som utfordring for kirke og misjon". *Norsk tidsskrift for misjon*. 3: 131-156. I 2004 kom LWF med en oppgradering av misjonsdokumentet fra 1988: "*Mission in Context: Transformation, Reconciliation, Empowerment. An LWF Contribution to the Understanding and Practice of Mission*." Dokumentet fines på LWFs nettside: www.lutheranworld.org.
- ²⁵ Se Det Norske Misjonsselskaps hjemmesider der de ulike prosjektene er redigert under de tre programmene: www.nms.no.
- ²⁶ Samtale med Annefi Tønseth Markman i StatoilHydro 10. sept. 2008.
- ²⁷ Misjonsdokumentet fines på LWFs nettside: www.lutheranworld.org.
- ²⁸ Se www.nms.no. Klikk programarbeid.
- ²⁹ Jeg skal ikke gå inn på enkeltprosjekter som egner seg for næringslivsstøtte, bare nevne at mikrokredittordninger, landsbyutvikling, utdanning, helsearbeid, styrke kvinners rettigheter, kamp mot fattigdom, kamp mot hiv/aids og mange andre prosjekter kan være aktuelle. Og kanskje ideen med å kjøpe klimavoter i NMS for å støtte biogassprosjekt i Kina kan være en idé for å kompensere for bedriftenes CO²-utslipp?

Øyvind Dabl, f. 1940, Cand.real. Universitetet i Oslo, 1968, dr. philos, Universitetet i Oslo, 1993. Lektor og rektor ved Den lutherske kirkens lærerskole i Fandriana, Madagaskar 1970-75. Leder av Kirkens U-landsinformasjon, Kirkerådet i Oslo 1977-81. Amanuensis Misjonshøgskolen 1982-86. Førsteamanuensis ved Misjonshøgskolen 1987-96. Professor Misjonshøgskolen 1996-2001. Generalsekretær i Norsk Misjons Bistandsnemnd 2001-03. Professor Misjonshøgskolen 2004-2007. Har bl. a. skrevet *Møter mellom kulturer* (Oslo 1986); Ny utgave: *Møter mellom mennesker* (Oslo 2001); *Meanings in Madagascar* (Westport 1999); *Signes et significations à Madagascar* (Paris 2006); *Bridges of Understanding* (Red. sammen med Iben Jensen og Peter Nynäs, Oslo 2006); *Merkverdige Madagaskar. Øya mellom øst og vest* (Oslo 1998, 2.utg. 2008).

Mission and business:

Can Corporate Companies Utilize the Competence of Mission Organisations – and Vice Versa – Can Mission Organisations Co-operate with the Business Sector?

Engineering and oil companies are concerned with their reputation in the countries where they operate. Therefore they initiate development projects in the countries – this is called Corporate Social Responsibility (CSR). In this paper the following questions are discussed: Why do the companies contribute to CSR-projects? Is it because they have a genuine interest in social development in these countries, or is it pure reputation building? If they are concerned with local human development in the countries where they operate, can mission organisations and local churches be partners of co-operation? Some companies claim that they will only co-operate with organisations that are politically and religiously “neutral”. Is this a barrier for co-operation with churches? With their grass-root organisation the churches have some essential assets when it comes to building the civil society. Could the CSR be more effectively executed if channelled through local churches? Would the churches accept such funding for their development projects? Or do they risk to compromise their real mission as “light and salt” in the world?