

McDonald's-skandalen

Drive-thru-restauranten i Rådalen har i en årrekke vært den største **pengemaskinen** til McDonald's i Norge. Lav bemanning har **slitt ut ansatte**, som helt siden 2016 har **varslet**, år etter år, om **underbemanning**. I samme periode ble restaurantsjefen i Rådalen av ledergruppen i Oslo **hedret med flere priser**. Tilsatte ved hovedkontoret i Oslo har mottatt bonuser, blant annet basert på resultater skapt med **lav bemanning** i Bergen.



Metoderapport til SKUP 2022

Stian Espeland, Bergensavisen (BA)

Denne rapporten er basert på artikler publisert i tidsrommet 30.09.2021-18.11.2021

Innledning

«Great Place To Work har kåret McDonald's til en av landets beste arbeidsplasser flere ganger.»

Burgergigantens norske hjemmeside formidler her hvordan McDonald's helst vil bli oppfattet.

Det samme gjør reklamekampanjen «Stjel våre ansatte»:

«For tusenvis av unge er McDonald's starten på en lysende karriere. En dag skal de ta med seg alt de har lært i McDonald's til en helt ny jobb.»

Muligens var det den grelle kontrasten til disse budskapene som vekket så stor interesse da BAs lesere 30. september 2021 fikk presentert denne tittelen på BA.no:

Avdekket rovdrift på ansatte hos McDonald's. Ledelsen tar selvkritikk: - En alvorlig svikt.

Dette ble starten på en artikkelserie hvor de totale lesertallene for lengst har passert 100.000 blant BAs betalende abonnenter.

Folk flest har et forhold til McDonald's, enten de liker Big Mac med pommes frites eller ikke kan fordra slik mat. Vi snakker om en kommersiell virksomhet med solid fotfeste globalt, for ikke å si en av verdens sterkeste merkevarer.

BAs oppslag om elendige arbeidsforhold satte dagsorden nasjonalt og førte til massiv mediedekning, deriblant NTB-siteringer og at nasjonale og regionale aviser laget egne saker basert på BAs opplysninger og kilder.

Journalistikken fikk konsekvenser.

Toppsjefen i McDonald's i Norge måtte gå etter BAs avsløringer.

Unge arbeidstakere har fått en vesentlig bedre og tryggere arbeidshverdag, og langt flere har fagorganisert seg.

Organisering av arbeidet

Dette prosjektet har i all hovedsak blitt drevet frem av én BA-journalist, Stian Espeland.

Arbeidet startet med et tips til BA-redaksjonen fra en misfornøyd ansatt som ville at BA skulle undersøke arbeidsforholdene i McDonald's, og spesielt avdelingen i Åsane i Bergen (McDonald's Arken), fordi der var det angivelig ille. Det ble opplyst at Arbeidstilsynet var koblet inn.

Tipset ledet til at Julie Sætre via Offentlig elektronisk postjournal foretok begjæringer om innsyn i alt som var å finne av dokumenter hos Arbeidstilsynet relatert til McDonald's Arken.

Hun konfererte tidlig med sin kollega, Stian Espeland, og før innsyn ble gitt var de blitt enige om at Stian skulle overta saken.

Innledningsvis ble arbeidet utført parallelt med alminnelig nyhetsarbeid. Etter hvert ble Stian fritatt fra øvrig nyhetsproduksjon i enkeltdager her og der for å konsentrere seg fullt og helt om dette prosjektet.

McDonald's i Norge

I Norge er det selskapet Food Folk Norge AS (skiftet navn fra McDonalds Norge AS) som forvalter og utvikler merkevaren McDonald's.

McDonald's har i Norge 75 restauranter og over 3000 medarbeidere.

Til sammen hadde alle disse restaurantene en årsomsetning på over to milliarder kroner i 2020, ifølge Food Folk Norge.

Food Folk Norge driver 16 egneide restauranter gjennom datterselskapet Zero Five AS, mens franchisetakernes selskaper driver 59 restauranter.

I 2017 inngikk den britiske finansmannen Guy Hands en avtale med amerikanske McDonald's Corporation om kjøp rettighetene til alle de over 400 McDonald's-restaurantene i Norge, Sverige, Danmark og Finland.

Multimilliardæren Guy Hands er grunnlegger og styreleder i oppkjøpsfondet Terra Firma, som i tillegg til Food Folk i Norden eier flere hotellkjeder og store eiendomsselskaper med mer.

Sak 1: Skrekkrapporten

Blant dokumentene BA fikk innsyn i var det én rapport som skilte seg ut. Arbeidstilsynets tilsynsrapport fra McDonald's Arken i Åsane sommeren 2021 var alt annet enn alminnelig lesning.

Erfaringsmessig vil Arbeidstilsynet som regel identifisere forbedringspunkter under tilsyn. Det er ikke uvanlig at virksomheter har enkelte avvik fra regelverket.

Her var det imidlertid uvanlig mye å ta tak i. Bruddene på arbeidsmiljøloven florerte. Rapporten ga rett og slett inntrykk av grov utnyttelse av ung arbeidskraft.

Og arbeidsgiver var jo ingen hvem som helst. Her gikk det ikke an å skylde på mangelfull kunnskap om reglene i norsk arbeidsliv.

Følgelig var det naturlig å fokusere på arbeidsforholdene, som sto til stryk på svært mange måter.

Eksempelvis var arbeidspresset tidvis så stort at ansatte skal ha segnet om og skadet seg, fordi de var trette, i mangel på pauser, mat og drikke.

McDonald's-ledelsen i Norge var snar med å ta selvkritikk og stemple forholdene som uakseptable.

Her skulle det ryddes opp.

Etter at BA konfronterte ledelsen ved hovedkontoret i Oslo med saken sendte Food Folk Norge et team til Bergen som i allmøter forberedte de ansatte på medieomtalen som var i anmarsj.

Ledelsen beklaget seg overfor medarbeiderne og lovet bedring.

Sak 2: Sluttet i protest

Etter at den første saken var publisert kom det flere tips til BA-redaksjonen.

Noen av tipserne var ansatte, mens andre var familie, venner eller bekjente av ansatte. Disse første kildene genererte nye potensielle kilder som kunne gi opplysninger og skriftlig dokumentasjon.

Relativt raskt ble det åpenbart at de kritikkverdige arbeidsforholdene ikke begrenset seg til Åsane-restauranten. Også ved to andre restauranter i Bergen (Rådalen og Lagunen) var det behov for særs grundig oppvask.

En tidligere ansatt ved McDonald's Rådalen, som nylig hadde sagt opp sin stilling, sto frem og fortalte om helseløse tilstander på drive-thru-restauranten i Laguneparken.

Fremstillingen hennes ble underbygget av en rekke medarbeidere som av ulike årsaker ikke ville ha navnene sine på trykk. Dette skal vi komme tilbake til (se Kilder og kildekritikk).

I denne fasen handlet det journalistiske arbeidet mest om å dokumentere og beskrive bruddene på arbeidsmiljøloven og hva som ble gjort fra McDonald's sin side for å rydde opp, samt å få frem arbeidsstokkens syn på det som hadde skjedd og veien videre.

Sak 3: McDonald's-toppsjefen lar seg intervju

I starten ville Food Folk Norge kun svare skriftlig på BAs spørsmål. Etter gjentatte forespørsler sa administrerende direktør Børre Kleivan seg villig til å gjennomføre et lengre telefonintervju.

Dermed ble det anledning til å stille ham kritiske spørsmål og oppfølgingsspørsmål direkte. Det gjaldt blant annet spørsmål om hans ansvar, som øverste leder for McDonald's i Norge, for det som hadde skjedd.

Fem dager senere fulgte BA opp med nyheten om at Børre Kleivan var ferdig som administrerende direktør i Food Folk Norge.

Hittil hadde BA publisert fire artikler om saken.

Viktige spørsmål var fremdeles ubesvart:

Hvordan kunne det over tid foregå så mye høyst kritikkverdig i McDonald's-restauranter Bergen, tilsynelatende uten at hovedkontoret i Oslo visste om det?

Kan det virkelig være mulig?

Eller var den norske McDonald's-ledelsens uttalelser et spill for galleriet?

Har nøkkelpersoner i Food Folk Norge bare sett gjennom fingrene, eller har de gjort mer enn som så?

Hvilke motiver kan i så fall ligge bak?

Kilder og kildekritikk:

For å finne svar på disse spørsmålene gjaldt det å bli enda bedre kjent med hvordan McDonald's-organisasjonen og -systemer er bygget opp.

Mye av kildearbeidet var i starten av prosjektet rettet mot unge, uerfarne arbeidstakere i en presset og sårbar situasjon. De sto opp mot en sterk arbeidsgiver med et stort, tungt internasjonalt apparat i ryggen.

Maktforholdet var skjevt.

Her var det viktig å være særskilt tydelig i forbindelse med klargjøring av premissene i kontakten med BA.

For de fleste var det uaktuelt å eksponere seg med navn og bilde i avisen. Mange hadde fremdeles et arbeidsforhold i McDonald's og ønsket å fortsette i jobben, til tross for den urett de var blitt utsatt for. Ønske om endring til det bedre og plassering av ansvar fremsto som hovedmotivasjonen bak kontakten med BA.

Tillitsbygging kombinert med kildekritikk var viktig. Det gjaldt også å være pedagogisk i tilnærmingen med hensyn til dokumentasjon og verifisering av opplysninger.

Overfor kilder som har vært usikre på om de tør å gi opplysninger i fortrolighet, har det hjulpet å vise til hvor sterkt kildevernet er, samt personlig erfaring med å ta slike hensyn i tidligere journalistiske prosjekter.

Det var også av stor betydning å gå bredt ut i innsamlingen av opplysninger. Slik ble det mulig å danne seg et bilde av hva som gikk igjen. Når flere dels eller helt uavhengige kilder oppgir det samme, øker sannsynligheten for at dette stemmer.

Flere av de ansatte BA var i kontakt med tidlig i prosjektet hadde vansker med å oppgi navnet på arbeidsgiver. Flere nevnte «McOpco», et kallenavn for restaurantene som drives av McDonald's.

I Norge er det selskapet Food Folk Norge AS som forvalter merkevaren McDonald's, mens det er datterselskapet Zero Five AS som har flest ansatte på lønningslisten. I tillegg kommer alle McDonald's-restaurantene som drives av franchisetakeres aksjeselskaper.

Kildesøket ble spisset mot ansatte med mest mulig detaljkunnskap, innsikt og erfaring. Systematisk ble det arbeidet for å komme i kontakt med nåværende og tidligere skiftledere, nestledere og restaurantsjefer, samt lederne deres.

Jo flere kilder som åpnet seg, dess lenger opp i hierarkiet gikk ferden – på internasjonalt nivå.

Datajournalistikk og muntlige kilder med opplysninger om saken har utfyllt hverandre.

Jakten på flere kilder og mer opplysninger foregikk først via ansatte i lukkede Facebook-grupper, i vaktlistene og vedlegg i innsynsdokumentene fra Arbeidstilsynet, samt at muntlige kilder henviste til andre kilder.

Etter hvert ble LinkedIn svært nyttig i søk etter nye kilder. Søk i roller og rollehistorikk som McDonald's-selskaper og franchiseselskaper har meldt inn til Brønnøysundregistrene (kunngjøringer), samt årsregnskaper med noter og eierskapsoversikt har også vært til hjelp.

En god del henvendelser ble aldri besvart. Mange som var avvisende virket mest interessert i å beskytte seg selv og/eller McDonald's.

McDonald's er opptatt av å ha vanntette skott. Derfor er det ikke få taushetserklæringer som har blitt signert.

Men en rekke potensielle kilder fremsto som oppriktig provosert av forholdene BA allerede hadde beskrevet. Muligens var det en medvirkende årsak til at stadig flere kom på gli. I dette arbeidet har tålmodighet vært helt essensielt, og nysgjerrighet. Ved å spørre og få svar på hvorfor potensielle kilder i

utgangspunktet ikke var interessert i å dele informasjon, kunne neste henvendelse handle om hvordan dette eventuelt kunne hensyntas.

Mest av alt har det vært telefonsamtaler, digitale møter og fysiske møter, gjerne kombinert med e-post-utvekslinger. Kontakten har i fruktbare tilfeller pågått i timevis og fordelt over flere uker. Gjennomgående har det gitt resultater å være tålmodig og fleksibel med hensyn til avtaletidspunkt, og å unngå å stresse kildene. I flere tilfeller har den beste dokumentasjonen kommet på bordet mot slutten av kontaktfasen.

Detaljinformasjon om kontakten kan ikke oppgis fordi det kan komme i konflikt med kildevernet.

I og med at det i prosjektet har vært anvendt et stort antall anonyme kilder, har det gått mye tid til å kontrollere at opplysninger som har blitt gitt er korrekte. Ved tvil har opplysningene blitt forkastet.

Tålmodig kildepleie og research ledet til tilgang på mye intern informasjon som ikke er tilgjengelig for offentligheten. Det være seg økonomiske måltall og resultater på enkeltrestaurant-nivå, driftsmeldinger, e-post-korrespondanser, tekstmeldinger, bilder, skjermdumper, varsler, rettspapirer og lydfiler som samlet bidro til å danne et helhetsbilde.

Noe av innholdet var ganske utleverende. Flere navngitte personer i ledende stillinger ble gjenstand for anklager av ulik alvorlighetsgrad. Her gjaldt det å holde seg til hva som var mest relevant for saken, og luke bort eventuelle personkonflikter, rykter og sladder etc.

Det gjaldt å se de store linjene og konsentrere seg om objektive fakta. Ved å samle og analysere all innhentet informasjon dannet det seg flere mønstre.

Det ene gjaldt interne varsler. Hver for seg var ikke alle varslene like alarmerende. Men mange små bekker gjør en stor å.

Et annet mønster var hvordan krav og forventninger til økonomiske resultater steg i takt med de negative arbeidsforholdene som ble avdekket.

En annen tilsynsrapport fra Arbeidstilsynet skulle vise seg å bli nyttig i arbeidet. Åsane-restauranten var inntil første kvartal 2020 drevet av franchisetaker gjennom selskapet Carpe Diem Invest AS. Med andre ord var det mulig å danne seg et bilde av hvordan det var før og etter driften i Åsane overtatt av McDonald's sentralt. Mens det i tilsynsrapporten fra 2019 var få avvik, var det som kjent en svært lang liste i tilsynsrapporten som kom etter eierskiftet. Ved å

holde de to tilsynsrapportene opp mot hverandre ble det tydelig at det her var snakk om en særdeles negativ utvikling på relativt kort tid. Og basert på BAs kilder var den nye driftsmodellen i Åsane på mange måter inspirert av Rådalen.

Parallelt med den undersøkende journalistikken, hadde BA en løpende dekning med innhenting av reaksjoner og etablering av et tillitsvalgtapparat. Den utskjelte McDonald's-restauranten i Åsane ble hurtigmatkjedens første og eneste avdeling i Norge med egen tariffavtale med Fellesforbundet. Det har vel å merke skjedd før, men disse tariffavtalene har opphørt.

Seks ukers research dokumenterte blant annet at

- Restauranten i Rådalen i en årrekke har vært den største pengemaskinen til McDonald's her til lands, med høyest salgsinntekter og uvanlig lave lønnskostnader.
- Resultatene har hatt sin pris. Lav bemanning har slitt ut ansatte i produksjonen, både fysisk og psykisk. Helt siden 2016 har ansatte varslet, år etter år, om underbemanning og dårlig personalbehandling. Blant de informerte var Pia Mellbye, toppsjefen i McDonald's i Norge fra 2016 til 2020. I samme periode ble den lokale restaurantsjefen i Rådalen løftet frem som et strålende eksempel til etterfølgelse. Ledergruppen i Oslo ga Marius Kyte Alfheim mer ansvar og hedret ham med den ene prisen etter den andre.
- Både ledergruppen og øvrige tilsatte ved hovedkontoret til McDonald's i Oslo har mottatt bonusutbetalinger, blant annet basert på resultater skapt med lav bemanning i Bergen.
- Ledere og mellomledere i hovedselskapet i Oslo har visst inderlig vel hvor lav bemanningen i Rådalen var i forhold til salg og produksjonsvolum.

Disse funnene resulterte i saken som fikk Bergens byrådsleder, Roger Valhammer, til å se rødt:

Hardkjør på unge ansatte i Bergen bidro til bonuser på hovedkontoret i Oslo

Etiske utfordringer

All den tid en av hovedpersonene, Marius Kyte Alfheim, ikke har ønsket å la seg intervju og imøtegå kritikken, har en av utfordringene vært å avgrense hva som bør publiseres.

Hva har offentlig interesse?

Hva bør en leder i hans posisjon stå til ansvar for?

Hva er objektive fakta og hva er subjektive opplevelser og følelser?

I hvor stor grad kan Alfheim klandres for det som har skjedd, og hvor mye ansvar bør plasseres hos hans overordnede?

I hvilken grad bør Alfheim eksponeres?

BAs publiseringer er basert på grundige helhetsvurderinger av disse spørsmålene. Kun det mest essensielle er tatt med, hverken mer eller mindre. Noen kilder vil nok mene at Alfheim slapp for billig unna, andre vil gjerne mene BA har gått for langt.

BA har også navngitt mellomledere og ledere i Food Folk-organisasjonen som en nøktern saksopplysning.

Samtlige har fått muligheten til å kommentere saken. Ingen offisielle uttalelser er gitt, da det har blitt overlatt til Food Folk Norge ved kommunikasjonsleder Veronica Skagestad.

Artikler (BAs bidragsytere):

Publisert 30.09.21 (BA-journalist Stian Espeland, BA-fotograf Anders Kjølén):

<https://www.ba.no/avdekket-rovdrift-pa-ansatte-hos-mcdonald-s-ledelsen-tar-selvkritikk-en-alvorlig-svikt/s/5-8-1710204>

Publisert 07.10.21 (BA-journalist Stian Espeland, BA-fotograf Anders Kjølén):

<https://www.ba.no/julie-sluttet-i-protest-helselose-tilstander-i-mcdonald-s/s/5-8-1713171>

Publisert: 8.10.21 (BA-journalist Stian Espeland, BA-fotografer Anders Kjølén og Skjalg Ekeland):

<https://www.ba.no/skiftet-ut-sjefen-etter-skandalose-arbeidsforhold-pa-mcdonald-s/s/5-8-1714792>

Publisert 11.10.21 (BA-journalist Stian Espeland, BA-fotografer Rune Johansen og Arne Ristesund):

<https://www.ba.no/etterlyser-pengestraff-etter-mcdonald-s-skandalen/s/5-8-1717273>

Publisert 13.10.21 (BA-journalist Stian Espeland):

<https://www.ba.no/toppsjefen-i-mcdonald-s-gar-av-etter-rystende-avsloringer/s/5-8-1718739>

Publisert 13.10.21 (BA-journalister Stian Espeland og Hannah Grace Taylor):

<https://www.ba.no/nhh-forsker-om-mcdonald-s-skandalen-oi-skjer-dette-i-norge-i-dag/s/5-8-1718888>

Publisert 15.10.21 (BA-journalist Stian Espeland og BA-fotografer Rune Johansen og Magne Turøy):

<https://www.ba.no/utskjelt-mcdonald-s-restaurant-med-makelos-avtale-beste-som-har-skjedd/s/5-8-1720671>

Publisert 22.10.21 (BA-journalist Stian Espeland og BA-fotografer Anders Kjølén og Eirik Hagesæter):

<https://www.ba.no/lo-topp-om-mcdonald-s-skandalen-javlig-skuffet/s/5-8-1725697>

Publisert 30.10.21 (BA-journalist Stian Espeland og BA-fotograf Arne Ristesund):

<https://www.ba.no/tillitsvalgt-pa-mcdonald-s-folte-seg-mentalt-nedbrutt-na-ser-vi-endringer-til-det-bedre/s/5-8-1730128>

Publisert 14.11.21 (BA-journalist Stian Espeland og BA-fotografer Emil Weatherhead Breistein, Skjalg Ekeland og Marthe Hjelmeland Losnedal):

<https://www.ba.no/hardkjoer-pa-unge-ansatte-i-bergen-bidro-til-bonuser-pa-hovedkontoret-i-oslo/f/5-8-1742197>

Publisert 18.11.21 (BA-journalist Stian Espeland og BA-fotograf Anders Kjølén):

<https://www.ba.no/byradslederen-om-ba-avsloring-rystende-sann-skal-vi-ikke-ha-det-i-bergen/s/5-8-1746376>

Innsender:

Stian Espeland,
journalist og fagansvarlig næringsliv i BA,
stian.espeland@ba.no,
920 26 425