



Textielarbeiders in Dhaka, Bangladesh © Asian Development Bank

Made in Misery

Ethiek in de textielsector na Rana Plaza

Nadat op 24 april 2013 in een industriële buitenwijk van Dhaka de zes verdiepingen van het Rana Plazacomplex instortten, werden tussen stapels kleren voor de Europese en Amerikaanse markt 1138 Bengaalse arbeiders dood aangetroffen. Azië's grootste industriële ramp na Bhopal legde echter niet alleen een foute bouwconstructie bloot, maar ook de race to the bottom in de textielsector, ditmaal met dodelijke afloop. Wat is anderhalf jaar later het antwoord van overheden, bedrijven, vakbonden en ngo's? Heeft de consument duurzame alternatieven?

Veiligheid eerst

Anderhalf jaar na de ramp is er in Bangladesh wel degelijk wat veranderd. 26 Amerikaanse bedrijven zetten een *Alliance for Bangladesh Worker Safety* op. Meer dan 170 hoofdzakelijk Europese bedrijven sloten zich aan bij het *Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh*, waarbij ook de Bengaalse overheid, vakbonden, ngo's en de Internationale Arbeidsorganisatie (IAO) betrokken zijn. Dankzij de financiële bijdrage van de kledingbedrijven is het aantal fabrieksinspecties met 70% toegenomen. Enkele tientallen naaiateliers en kledingbedrijven hebben effectief hun deuren moeten sluiten omdat ze te onveilig waren. Bovendien wordt de vakbondsvrijheid in het land beter gerespecteerd en is het wettelijk minimumloon verhoogd van € 28 naar € 50 per maand.

Toch klonk de *wake up call* van Rana Plaza niet voor iedereen even luid. Tekenend is dat het fonds voor de slachtoffers van de ramp niet gevuld raakt. Sommige multinationale kledingbedrijven die klant waren bij één van de vijf naaiateliers in het gebouw aarzelen om hun bijdrage

te storten. De kwaliteit van de controles blijft ook een bezorgdheid. In haar documentaire *H&M: le côté obscure de la fringue?* toont Marie Maurice de angst van de stiksters en de scheuren in hun fabrieksgebouw dat nochtans recent een positief inspectieverslag kreeg.

“Maar het belangrijkste probleem”, zo stelt Amirul Haque Amin, voorzitter van de Bengaalse kledingvakbond NGWF, “is dat er sinds Rana Plaza voor de kledingarbeiders nauwelijks iets veranderd is. Want wat hebben zij aan een veilig fabrieksgebouw zolang hun loon een hongerloos blijft?”

1598 calorieën

Wereldwijd werken 60 miljoen mensen in de textielindustrie, waarvan 80% vrouwen. Hun arbeidsomstandigheden worden al jaren gedocumenteerd en aangeklaagd door de internationale Schone Kleren Campagne (Clean Clothes Campaign of CCC), een coalitie van vakbonden en ngo's. Terwijl de winsten van de kledingindustrie en de distributiesector in de miljarden loopt, verdienen de mees-

te textielarbeiders nauwelijks enkele euro's per dag, waardoor ze gevangen zitten in een vicieuze cirkel van armoede. Een 'normale' werkdag van 10 à 12 uur wordt op piekmomenten niet zelden een marathon van 16 tot 18 uur. Gezondheidsklachten zijn legio. Cambodja werd recent opgeschrikt door een reeks van incidenten waarbij arbeiders flauwvielen op de werkvloer. Zij kwamen slechts aan 1598 calorieën per dag, terwijl 3000 als minimum beschouwd wordt voor fabriekswerk. Wereldwijd is slechts een klein percentage van de arbeiders bij een werknemersorganisatie aangesloten, vaak omdat vakbondswerking wordt tegengewerkt.

Made in China is ongetwijfeld het bekendste label in onze kledij. Maar de economische groei heeft intussen gezorgd voor langzaam stijgende lonen, waardoor ook het grootste exportland te maken krijgt met arbeid die naar andere landen verschuift. Bangladesh probeert zich op te werken tot 'naaiatelier van de wereld'. 95% van de export van Cambodja bestaat uit kleding. Bedrijven verkennen volop Pakistan, India en Indonesië. Maar het zou fout zijn om lage lonen en slechte arbeidsomstandigheden louter als Aziatische problemen te beschouwen. In haar recente rapport *Stitched Up* toont de CCC aan hoe bedrijven Oost-Europa gebruiken als een achtertuin vol goedkope naaisters. De Batman-regio in het zuidoosten van Turkije verkoopt zich zelfs met de leuze 'goedkoper dan China'.

Survival of the cheapest

Aangezien het stikken en naaien hoofdzakelijk uit repetitieve handenarbeid bestaat, zijn weinig industrieën zijn zo makkelijk te herlokalisieren als de textielsector. Daardoor is het voor bedrijven aantrekkelijk de productie te verhuizen naar de goedkoopste en snelste handen. Soms van grote fabriekshallen naar kleine thuisateliers, soms van het ene land naar het andere. De kledingindustrie schuift de zwarte piet voor deze *race to the bottom* vaak door naar de overheid, die voor hogere wettelijke minimumlonen moet zorgen. Overheden aarzelen omdat ze hun concurrentiepositie niet in gevaar willen brengen. En arbeiders zwijgen, omdat ze instant vervangbaar zijn.

Symptomatisch is de klacht van een Bengaalse ondernemer, opgetekend door *The Economist*: "De veiligheidsinspecties zijn na Rana Plaza in het eerste kwart van 2014



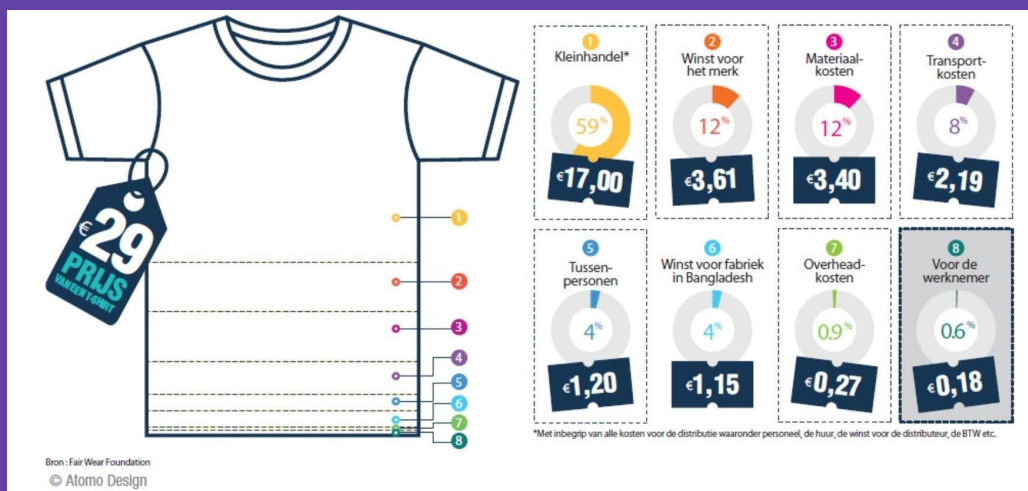
Opleidingsprogramma in Bangladesh © IAO

met 70% toegenomen, veel meer dan in Vietnam, Cambodja en Indonesië. De groei van onze export is gezakt van 20% naar 6,7%. Opkopers gaan op zoek naar alternatieven, Bangladesh is *toxic* geworden." In haar documentaire toont Marie Maurice hoe H&M, de tweede grootste kledingverkoper ter wereld, volop de mogelijkheden van Ethiopië exploreert, een land zonder minimumlonen in de privésector.

Leefbaar loon

Nochtans draagt de kledingindustrie het potentieel in zich om duurzame werkgelegenheid en ontwikkelingskansen voor arme en opkomende landen te creëren. Om het zwartepieten te overstijgen heeft de *Asia Floor Wage Alliance*, een alliantie van vakbonden en arbeidsrechtactivisten waaronder de CCC, het concept *living wage* verder uitgewerkt. Een leefbaar loon is een mensenrecht volgens de Universele Verklaring van de Rechten van de Mens (artikel 23), maar hoe bepaal je de hoogte ervan? De uitgangspunten van de berekening van de Alliantie zijn de volgende: een werknemer moet met zijn loon zichzelf en twee andere 'consumptie-eenheden' (één consumptie-eenheid is één volwassene of twee kinderen) kunnen onderhouden en zijn loon is hoog genoeg om 50% aan voeding te besteden (3000 calorieën per dag per volwassene), 40% aan kleding, huur, transport, onderwijs en gezondheidszorg en 10% om te sparen. Het *Asia Floor Wage* wordt berekend in PPP\$ (Purchasing Power Pari-

Prijsofbouw van een T-shirt



Het loon van de stikster bedraagt minder dan 1% van de winkelprijs. Van een verdubbeling van haar loon zou de consument dan ook nauwelijks iets merken.

Uit: *Wij willen Schone Kleren*, p 21.

ty), een fictieve munteenheid van de Wereldbank, waardoor de levensduurte in verschillende landen kan vergeleken worden ongeacht de nationale valuta.

Enkele resultaten: voor de vijf belangrijkste productieregio's in China komt het gemiddelde leefbaar loon op € 376, terwijl het wettelijke minimumloon € 174 bedraagt. Voor Bangladesh is het € 259 tegenover € 50. Indonesië, Cambodja en India liggen in dezelfde grootteorde. En opvallend: ook in Oost-Europa (met een aantal EU-landen!) en Turkije gaapt een gigantische kloof tussen de wettelijke minimumlonen en de geschatte minima voor een leefbaar loon.

Boots on the ground

In 2011 onderschreef de Mensenrechtenraad van de Verenigde Naties unaniem een aantal 'Principes voor bedrijfsleven en mensenrechten', waarin de rol en verantwoordelijkheden van bedrijven en overheden staan omschreven. Dit bevestigt voor de CCC de legitimiteit van haar eisen: overheden moeten de wettelijke minimumlonen naar boven bijstellen en bedrijven die zich graag het label 'sociaal verantwoord' opkleven, moeten een leefbaar loon garanderen in hun toeleveringsketen. Voor het rapport *Wij willen Schone Kleren. Wat doen de kledingketens en merken om het recht op een leefbaar loon te garanderen voor diegenen die hun kleren maken?* vroegen de Vlaamse Schone Kleren Campagne en het Waalse achACT (Actions Consommateurs Travailleurs) 50 internationale en 18 Belgische kledingbedrijven naar hun engagementen op vlak van lonen en inkooppraktijken. Ondanks de weigering van sommigen om te antwoorden en de minimale engagementen van anderen, spreekt de campagne van vooruitgang. Met hun toetreding tot het *Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh* hebben heel wat kledingbedrijven voor het eerst expliciet hun verantwoordelijkheid in hun keten erkend en opgenomen. Maar de brandveiligheid van een gebouw is natuurlijk makkelijker te inspecteren dan de verloning of de arbeidsduur. Daarvoor is een actieplan nodig. Of zoals The Economist het samenvat: kledingbedrijven zullen moeten wennen aan het idee van *boots on the ground* – niet van militairen, maar van inspecteurs – en dat voor vele jaren.

Sociale audits

Inspecties zijn niet nieuw. Al jaren laten bedrijven sociale audits uitvoeren bij hun leveranciers, in het kader van de gedragscode van het *Business Social Compliance Initiative* (BSCI) of met het oog op het verkrijgen van het



Textielfabriek in Bangladesh © Asian Development Bank

SA8000-label. In beide gevallen blijven de criteria vaag, zeker als het over verloning gaat. Correct en streng bleken ze evenmin: Rana Plaza werd verschillende keren gecontroleerd en goed bevonden, net als een Pakistaanse kledingfabriek die in 2012 een dodelijke brand kende drie weken nadat ze het SA8000-certificaat verkreeg. Brandalarm en blusinstallatie bleken daar afwezig, nooduitgangen geblokkeerd. Bovendien schuiven dit soort audits de verantwoordelijkheid vaak naar de lokale leveranciers, zonder te kijken naar de aankooppraktijken van de westerse bedrijven. Terwijl eisen rond lage prijzen en snelle levering vaak aan de basis liggen van lage lonen en overwerk.

Fair Wear Foundation

Een aantal kledingbedrijven hebben intussen wel de stap gezet om samen te werken met vakbonden en ngo's. Verreweg het interessantste project is de Fair Wear Foundation (FWF). Momenteel zijn meer dan 80 bedrijven uit zeven Europese landen lid, met producten in meer dan 20.000 winkels. Behalve de IAO-normen rond arbeid bevat de gedragscode van FWF een tool om lonen te beoordelen. Deze 'loonladders' lijsten een aantal referentiewaarden op, zoals wettelijke minimumlonen, industriestandaarden, lokale vakbondseisen en het *Asia Floor Wage*. Be-doeling is dat de aangesloten bedrijven deze informatie gebruiken om bij audits de reëel betaalde lonen te beoordelen en vervolgens hun leveranciers te vragen om ze te laten stijgen op de 'ladder' naar een leefbaar loon. Voorlopig is er echter geen actieplan of tijdschema rond de systematische invoering van een leefbaar loon. Uiteindelijk is dat voor de CCC de uitweg uit de impasse: "Door een leefbaar loon concreet te maken, kunnen de arbeidskosten worden opgenomen in de prijsopbouw. Vervolgens kunnen bedrijven ervoor zorgen dat leveranciers voldoende geld krijgen om een leefbaar loon te betalen. Als voldoende bedrijven dit doen, krijgen de overheden van productielanden een duidelijk signaal dat het verhogen van het minimumloon tot het niveau van een leefbaar loon niet leidt tot het vertrek van bedrijven."

Eerlijke kleding

Ook de fairtradebeweging is al een tijd actief rond katoen en kledij. Zo zijn er een aantal producentengroepen in het Zuiden die als lid van de World Fair Trade Organisation (WFTO) textielproducten op de markt brengen. In België

Mayerline

België's beste leerling is volgens de Schone Kleren Campagne Mayerline, een bedrijf met 44 winkels, een omzet van € 44,5 miljoen en een langdurige samenwerking met leveranciers, onder meer in China, Litouwen en Turkije. Het rapport vermeldt "hun inspanningen om de vrijheid van vereniging te waarborgen en een geloofwaardig klachtensysteem te garanderen. Wat verloning betreft heeft Mayerline eerst enkele basisproblemen aangepakt: een correcte registratie van de werkuren, een beperking van het aantal overuren, een correcte loonschaal voor de overuren en inachtneming van de wettelijke feestdagen. We hopen dat Mayerline als lid van FWF ook de volgende stappen zet om de kloof met het leefbaar loon te dichten."

Uit: *Wij willen Schone Kleren*, p 96.

vind je dit beperkte aanbod hoofdzakelijk in de Oxfam-Wereldwinkels.

Daarnaast is er ook een beperkt aanbod aan producten met het keurmerk Fairtrade (voorheen Max Havelaar), dat in gewone handelszaken verkocht wordt. In dat geval slaat het label op het feit dat de katoen afkomstig is van gecertificeerde producentengroepen. Momenteel werkt Fairtrade International (FI) samen met ongeveer 66.000 katoenboeren, hoofdzakelijk in West-Afrika en India. Maar het probleem is dat al deze boeren slechts een beperkt gedeelte van hun oogst onder fairtradevoorwaarden kunnen verkopen. De kledingsector staat immers niet te springen om eerlijk gelabelde kledinglijnen in de rekken te hangen, omdat het te complex en te duur is om de gecertificeerde aanvoer- en productielijnen volledig te scheiden van de andere.

Volgens FI is de sector echter wel bereid om een groter percentage fairtradekatoen op te nemen in hun aanleveringsketen. Daarom heeft FI besloten om naast hun

klassieke manier van werken (een Fairtrade label op het eindproduct) te starten met een *Fairtrade Sourcing Program* (FSP) voor katoen. Binnen dit programma kunnen textielbedrijven fairtradekatoen in bulk aankopen en mengen met ander katoen en vezels. De boeren behouden hun fairtradeprijs en –premie, de bedrijven die in het programma stappen en bepaalde volumes aankopen, mogen het Fairtrade Cotton Program label gebruiken in hun B2B-communicatie of in hun rapporten over hun *Corporate Social Responsibility* (CSR). Met dit project hoopt FI eindelijk een sprong voorwaarts te maken en middelen te genereren om te investeren in ondersteuningsprogramma's voor de katoenboeren, bijvoorbeeld rond ecologische teelttechnieken.

Na de dood van 1138 Bengaalse textielarbeiders hebben grote kledingbedrijven voor het eerst hun verantwoordelijkheid erkend en opgenomen. Hopelijk leidt dit niet enkel tot veilige fabrieken, maar tot een betere toekomst voor 40 miljoen katoenboeren en 60 miljoen textielarbeiders.



Opslag van katoen in Mali © Fairtrade Belgium / Frederic Raevens

V.U: Carl Michiels, BTC Hoogstraat 147, 1000 Brussel



WWW.BEFAIR.BE

DE BELGISCHE
ONTWIKKELINGSSAMENWERKING **.be**

De meningen die in deze publicatie naar voren worden gebracht zijn niet noodzakelijk de opvattingen van BTC of de Belgische Ontwikkelingssamenwerking.

Bronnen

Boots on the ground. Rana Plaza collapse one year on.

<http://www.economist.com/blogs/schumpeter/2014/04/rana-plaza-collapse-one-year>.

Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh: www.bangladeshaccord.org.

Alliance for Bangladesh Worker Safety: www.bangladeshworkersafety.org.

H&M: le côté obscur de la fringue?, een documentaire van Marie Maurice, 2014 (uitgezonden op Canal+, RTBF,...). <http://vimeo.com/96595534>, http://www.rtbf.be/video/detail_questions-a-la-une?id=1963605.

Schone Kleren Campagne: www.cleanclothes.org (internationaal), www.schonekleren.be (Vlaanderen), www.achact.be (Wallonië).

Stitched Up: Poverty wages for garment workers in Eastern Europe and Turkey. Clean Clothes Campaign, 2014 (te downloaden via www.cleanclothes.org).

Asia Floor Wage Alliance: www.asiafloorwage.org.

Wij willen Schone Kleren. Wat doen de kledingketens en merken om het recht op een leefbaar loon te garanderen voor diegenen die hun kleren maken? Schone Kleren Campagne/achACT, juni 2014 (te downloaden via www.schonekleren.be en www.achact.be).

Fair Wear Foundation: www.fairwear.org.

Fairtrade International: www.fairtrade.net/fsp-cotton-mark.html