

Gegarandeerd geen kinderarbeid

50

PEOPLE PLANET PROFIT + SUMMER 2003 + BETTER COMPANY



Wat overkomt een kledingconcern dat garandeert dat er geen kinderarbeid in de productieketen voorkomt? Het Nederlandse WE gaat wereldwijd over op de SA8000-certificatie. Dat is niet eenvoudig, want het gaat om driehonderd leveranciers. Externe controleurs checken of in de goedkope productielanden inderdaad geen twaalfjarige knopen aan een overhemd zetten. Om het goede voorbeeld te geven, onderging directeur Jan Huisman het certificatieproces ook in Nederland. “Maar dat bleek moeilijker dan we dachten.”

Door Maria Genova. Fotografie door Anne Hamers

Het hoofdkantoor van WE International springt in het oog door de gunstige locatie langs de A2. De buitenkant van het gebouw is niet zo bijzonder, maar binnen is het vrij indrukwekkend. Moderne lichte kleuren, veel glas, aparte verlichtingsobjecten. Het geheel lijkt op het interieur van een luxe cruiseschip. Direct bij de ingang staan verschillende paspoppen die de nieuwste collectie dragen. Ze worden elke twee weken verkleed, want ook alle 250 winkels krijgen om de veer-

tien dagen nieuwe kleding aangeleverd. In dit gebouw worden alle kledinglijnen bedacht en ontworpen. Ook de inkoop, marketing en verkoop wereldwijd gebeuren vanuit het hoofdkantoor in Nederland. Op de eerste verdieping zijn enkele mensen druk bezig met het maken van de monsters. In dezelfde ruimte worden ook wastests gedaan om de stoffen te controleren op krimpen en kleurechtheid. Boven zitten de ontwerpers. Alle ontwerpen worden uitgewerkt op grote

computerschermen, ook al zie je hier en daar tekeningen op papier. Dit wordt de collectie van het volgende seizoen.

Al die brieven

De meeste kledingbedrijven hebben al een tijdje een eigen gedragscode, waarmee ze aangeven wat hun normen en waarden zijn. Het gaat bijvoorbeeld over het uitbannen van kinderarbeid, leefbare lonen en fatsoenlijke arbeidsomstandigheden. Volgens de Consu-

mentenbond is WE voorloper op dat gebied, mede door de onafhankelijke controle van zijn SA8000-code. C&A, de Bijenkorf en Zeeman behoren qua beleid op papier tot de middenmoot. “We hebben voor SA8000 gekozen, omdat het een professioneel systeem is, dat je bovendien wereldwijd kan invoeren”, vertelt Jan Huisman, lid van de Raad van Bestuur van het kledingconcern. “Net als veel andere grote bedrijven kregen we vanaf 1998 brieven met de vraag of het bedrijf kon garanderen dat er geen kinderarbeid in de productie werd gebruikt. In het begin waren het twee brieven per week, op een gegeven moment achttien. Toch was het niet de druk van de consument die tot het overstappen op deze onafhankelijke gedragscode heeft geleid. Aanleiding was het geloof van de eigenaar van WE dat je als bedrijf maatschappelijke verantwoordelijkheid hebt. Door kinderarbeid vallen de orders goedkoper uit en je krijgt ze sneller, maar dat willen we niet. We vinden kinderarbeid niet juist en zijn ook niet

bereid om misstanden bij onze leveranciers te tolereren.” Soms wordt WE aangesproken op het feit dat kinderen die niet in de fabrieken mogen werken in de prostitutie belanden. Huisman: “Maar we kunnen er niet overal de gevolgen voor dragen en het leed van de arme landen op ons nemen. Er zijn bedrijven die onderwijsprojecten opzetten, maar dat vinden we een taak van de lokale overheid. Als bedrijf kunnen we niet de hele wereld verbeteren. Maar we willen geen misstanden in het eigen bedrijf. Onze inkoopdirecteur bezoekt zelf de fabrieken en kijkt hoe de onderkomens van het personeel eruit zien. Hoe het zit met de hygiëne en of er nooduitgangen zijn.” Doordat overheden en internationale organisaties nu toe gefaald hebben om de kinderarbeid aan te pakken, wordt de hoop steeds vaker gevestigd op multinationals die aan maatschappelijk verantwoord ondernemen doen. Door de toenemende aandacht is kinderarbeid in de kledingsector verschoven naar de

miljoenen thuiswerkers die moeilijk te controleren zijn. De lokale fabrikanten halen grondstoffen van kleine werkplaatsen waar kinderen werken. Ook wordt er werk uitbesteed aan families die thuis werken. Volgens de International Labour Organisation (ILO) komt kinderarbeid in deze sector niet alleen in ontwikkelingslanden, maar ook in Spanje, Italië en Portugal voor. Portugal heeft het uitbannen van kinderarbeid tot een prioriteit gemaakt nadat er grote aantallen kinderarbeiders werden gevonden in de kleding- en schoenenindustrie. Ze werken weliswaar thuis, maar vaak onder slechte omstandigheden en ze draaien soms lange dagen om aan de strakke deadlines te voldoen. Europa en de Verenigde Staten hebben in de loop der jaren vrijwel al hun kledingproductie verplaatst naar goedkopere landen zoals China, India, Indonesië en Bangladesh. Daar wordt een groot deel van de kledingproductie uitbesteed aan de zogenaamde sweatshops, zwarte ateliers, die veel gebruik maken van goedkope krachten. Vrouwen, illegalen en kinderen kunnen zich daar niet op de officiële wetgeving beroepen. Ze hebben monotone werk en draaien werkweken van zestig tot honderd uur. Ze krijgen vaak een loon onder het wettelijk minimum, werken onder gevaarlijke omstandigheden en hebben te maken met seksueel geweld en lijfstraffen. Ze durven daar niets over te zeggen, omdat ze bang zijn hun baan te verliezen.

Inspectieteams

Wereldwijd zijn er ruim tweehonderd miljoen kinderen tussen de vijf en veertien jaar die werken om te overleven. Dit is één op de vier kinderen op aarde in de schoolgaande leeftijd. Kinderen worden vooral in de landbouw als goedkope kracht gebruikt, maar ook in fabrieken, de horeca en de productie van kleding. Van alle kinderen die nooit naar school gaan, is tweederde meisje. “In veel ontwikkelingslanden wordt kinderarbeid geaccepteerd en zeker niet als een probleem gezien”, zegt Huisman. “Als je daar gaat

51

PEOPLE PLANET PROFIT + SUMMER 2003 + BETTER COMPANY

Volkstribunaal

Kinderarbeid en slechte arbeidsomstandigheden bij leveranciers van Nike, Gap en Disney deden in eerste instantie vooral in Amerika veel stof opwaaien. Maar ook in Europa volgden al gauw publieke protesten. De Schone Kleren Campagne bijvoorbeeld organiseerde in 1998 een soort volkstribunaal. Verschillende grote bedrijven werden op slechte arbeidsomstandigheden en kinderarbeid aangesproken, waaronder Adidas, Nike, Levi Strauss, Otto Versand, C&A en H&M. De conclusie van het volkstribunaal was dat de arbeidsomstandigheden in de kledingindustrie in niet-westerse landen overeenkwamen met de omstandigheden in het negentieneeuwse Europa. Hoewel alle grote kledingbedrijven inmiddels een eigen gedragscode hebben, kunnen veel feiten in de kledingindustrie nog steeds het daglicht niet verdragen. Maatschappelijke organisaties beweren dat geen enkel kledingbedrijf kan garanderen dat zijn productie vrij is van kinderarbeid, omdat veel taken worden uitbesteed aan thuiswerkers. Pressie van de consument werkt overigens niet altijd. Het Amerikaanse wetsvoorstel 'Harkin Bill' - dat kleding, gemaakt in Bangladesh, wilde boycotten - had tot gevolg dat tienduizenden kinderen in de kledingindustrie werden ontslagen. Vervolgens kwamen ze in fabrieken terecht waar ze veel zwaarder werk moesten doen. Ook Nike zette in het verleden veel kinderen op straat, toen er in de VS sprake was van een dreigende boycot.



uitleggen dat het niet mag, word je niet-begrijpend aangekeken. De mensen daar zeggen: jullie westerlingen hebben alles al en als wij met het hele gezin werken om dat ook te bereiken, mag het opeens niet." Huisman noemt nog een ander probleem: de voorgeschreven werkweek van 48 uur. "Dat lijkt riant, maar in de praktijk is zestig uur werken geen uitzondering. Een kortere werkweek wordt door veel werknemers als een raar westers idee afgedaan. De mensen denken: ik heb geld nodig, dus ik ga langer werken. We kunnen onze leveranciers opdragen om de mensen niet langer dan 48 uur per week te laten werken, maar dan nemen ze daarnaast een andere baan. Dan heb je het probleem op papier opgelost om aan de gedragscode te voldoen, maar in werkelijkheid niet. Na veel hoofdbrekens hebben we uiteindelijk een reële oplossing gevonden: piekbelasting van zestig uur per week is toegestaan, mits gecompenseerd door een periode van lagere belasting te meten over een periode van drie maanden." SA8000 is een wereldwijde standaard voor de controle en certificatie van bedrijven, die aan fundamentele arbeidsnormen voldoen. WE schakelt onafhankelijke inspectieteams in om de naleving van de gedragscode te controleren. De certificering gebeurt door een onafhankelijk bureau. WE heeft zo'n driehonderd vaste leveranciers in uiteenlopende landen. Huisman: "We willen ze allemaal certificeren, om te beginnen met het Verre Oosten, want daar heb je de meeste problemen met kinderarbeid,

vakbondsrechten, gedwongen werk en slechte arbeidsomstandigheden." Lang niet alle leveranciers willen daar aan meewerken. Vaak geven ze als excuus dat ze voor de certificering zeshonderd tot tweeduizend dollar per fabriek moeten betalen. Huisman: "Als het alleen om het geld gaat, betaalt WE de rekening. Maar vaak willen de leveranciers daar gewoon geen tijd in steken. Het kost ons veel overredingskracht om ze over de streep te trekken. Toen één leverancier uit Hongkong vroeg of we zelf het certificaat hadden dat we van hen verlangden, zette dit ons tot nadenken. We dachten: OK, dat gaan we halen, want anders is het niet eerlijk dat je aan je leveranciers eisen stelt waar je misschien zelf niet aan voldoet." De normen in Europa liggen een stuk hoger. Daardoor dacht WE dat het geen probleem zou zijn om zijn Nederlandse winkels te certificeren. "Maar dat bleek moeilijker dan we dachten", zegt Huisman. "De problemen verschilden per winkel: een nooduitgang die op slot zat wegens het risico op winkeldiefstal, moeilijk bereikbare brandslangen, een niet compleet verbanddoosje, oprollende vloermatten waar je overheen kan struikelen. Eigenlijk was de stap naar certificering een hele goede, want het heeft onze ogen geopend voor problemen die we in eerste instantie niet zagen. Inmiddels zijn ongeveer driekwart van onze winkels in Nederland en ons hoofdkantoor gecertificeerd. De rest nog niet, omdat het in de praktijk niet zo simpel is om bepaalde dingen te veranderen. Bijvoorbeeld: een ongelukkig geplaatst beveili-

gingspoortje, dat de toegang naar de brandslang blokkeert. Je kan de brandslang niet zomaar verplaatsen, want je zit met de water-toevoer. Maar het gaat lukken om al onze winkels in zes verschillende landen te certificeren. We zijn met Nederland begonnen, omdat meer dan de helft van onze winkels hier zit."

Geruisloos vertrokken

Maatschappelijk verantwoord ondernemen berust aan de ene kant op ethische normen, aan de andere kant op welbegrepen eigen belang. WE wil als enige kledingbedrijf dat de overheid regels opstelt om MVO te stimuleren. "Voordeel van overheidsregelgeving is dat je geen tien verschillende interpretaties hebt als het om gedragscodes gaat. Het systeem dat wij gekozen hebben is heel arbeidsintensief, kost geld en geeft ons in theorie een nadelige positie ten opzichte van de concurrentie, omdat die minder investeert in maatschappelijk verantwoord ondernemen. Wij hanteren immers de strengste regels." Bij sommige fabrieken duurt de certificering een paar maanden, bij andere drie jaar. In het Verre Oosten is het onbeleefd om iets direct te weigeren. Als een leverancier geen brood ziet in de certificering kan hij dus de zaak eindeloos rekken. "Het enige wat we kunnen doen is waarschuwen en vervolgens het contract opzeggen", zegt Huisman. "Tot op heden is dat niet nodig geweest, hoewel we een paar keer stevige gesprekken hebben gevoerd om te laten zien dat het menens was. We zijn wel een

"Je moet bereid zijn om tien keer tegen een muur aan te lopen en toch door te gaan"



keer geruisloos vertrokken naar een concurrent, mede omdat een leverancier niet aan onze milieunormen voldeed." De controles bij de leveranciers van WE worden door onafhankelijke bureaus verricht, maar dat wil niet zeggen dat de resultaten openbaar zijn. Huisman: "Maatschappelijke organisaties pleiten voor meer transparantie, maar daar kunnen we niet aan beginnen. Niet omdat we iets te verbergen hebben, maar omdat geen enkel kledingbedrijf de namen van zijn leveranciers bekend maakt. Goede marges in de productie zijn de sleutel tot succes. Daarom behoren de namen van de leveranciers tot het bedrijfsgeheim." De brancheorganisatie VGT is samen met de Duitse zusterorganisatie AVE aan het kijken of een database van gecertificeerde leveranciers wereldwijd mogelijk is. "Dat zal er op den duur toe bijdragen dat meer bedrijven orders plaatsen bij gecertificeerde fabrieken. Een goede zaak. Ik geloof oprecht in maatschappelijk verantwoord ondernemen. Het gaat niet alleen om een certificaat halen. We proberen bij elke fabrikant verbeteringen voor elkaar te krijgen. Het gaat om alles wat je niet wil dat het je eigen kinderen overkomt. Helaas is het vaak een kwestie van lange adem. Je moet bereid zijn om tien keer tegen een muur aan te lopen en toch door te gaan."

www.wefashion.com
www.cepaa.org



Jan Huisman, lid van de Raad van Bestuur van WE: "We zijn een keer geruisloos vertrokken naar een concurrent, mede omdat een leverancier niet aan onze milieunormen voldeed."

Kledingconcern WE

English Summary

Clothing company WE is the first big Dutch company to apply worldwide for the SA8000 certificate of the producers. This certificate guarantees - amongst other things - that there is no child labor in the production chain. When a supplier in Hong Kong asked if WE was already certified in The Netherlands, director Jan Huisman decided to go ahead and undergo the strict certification process at home. So far, the certificate has put WE behind the competition because of the costs of compliance. Sometimes producers protest when they have to pay two thousand dollars to get the certificate. The solution of WE is to pay the bill themselves. Then there is still the time that suppliers have to put into supervision. Still, these financial and practical drawbacks don't weigh heavier than the moral advantage that WE now has over competitors like C&A. Supervision hasn't led to drastic intervention yet. Director Huisman: "So far that hasn't been necessary, although we have had some heavy talks in which we had to show how serious we were. We have once quietly moved to the competition, because the supplier didn't meet our environmental demands."