

schoon

halfjaarlijkse uitgave van de Schone Kleren Kampagne

nummer 3 oktober 2004

genoeg



De Olympische campagne is een succes

Actievoerders in Athene daagden IOC en sportmerken uit
een eind te maken aan de uitbuiting van arbeiders

Colofon

Redactioneel

schoon genoeg

Schoon Genoeg is een uitgave van de Schone Kleren Kampagne. Het blad verschijnt twee maal per jaar. De Schone Kleren Kampagne richt zich op verbetering van de arbeidssituatie in de kleding- en sportgoederenindustrie wereldwijd en op bewustwording van arbeidsrechten. Zo'n 250 organisaties en tienduizenden individuen in elf verschillende landen steunen het internationale netwerk dat georganiseerd is onder de naam Clean Clothes Campaign. We werken onder meer samen met vakbonden en NGO's die arbeiders vertegenwoordigen in de producerende landen. Meer en meer consumenten vinden verantwoord ondernemen net zo belangrijk als de kwaliteit en de prijs van een product. Ze hechten er belang aan dat arbeidsrechten worden gerespecteerd.

Colofon

Redactie Saskia Berends, Christa de Bruin, Marcella Kraay, Ismène Stalpers

Eindredactie Peter Noordermeer

Beeld CCC, SKK, Merel Maissan, Bas Baltus, Just van den Hoeven, Marion Nitsch, Olaf Kraak (coverbeeld)

Vormgeving Maaïke Pfann, www.kunstenmakerij.com

Druk PrimaveraQuint

gedrukt op 100% gerecycled papier

Voor meer informatie of voor suggesties en opmerkingen over **schoon genoeg** kun je contact opnemen met het secretariaat:

info@schonekleren.nl

www.schonekleren.nl

T 020 4122785

F 020 4122786

Postbus 11584

1001 GN Amsterdam



“Dit waren onvergetelijke droomspelen”, sprak IOC-voorzitter Jacques Rogge in zijn speech tijdens de sluitingsceremonie van de Olympische Spelen in Athene.

Prachtig natuurlijk, al die sportprestaties! Ik heb vaak en graag naar de sportreportages op TV gekeken. Maar ook met andere dan sportieve ogen.

Vanaf begin maart dit jaar heeft de Schone Kleren Kampagne samen met de FNV en Novib in aanloop van de Olympische Spelen campagne gevoerd: “Fair Play op de Spelen, eis eerlijk gemaakte sportkleding.”

Op 12 augustus, een dag voor de start van de Spelen, arriveerde ik met vijftientig Vlamingen op de fiets in Athene om de eisen van de campagnecoalitie kracht bij te zetten. Van deze en andere acties die in het kader van deze campagne wereldwijd zijn gevoerd en de resultaten die tot nu toe zijn behaald, vind je in dit Olympische nummer van Schoon Genoeg uitvoerig verslag.

We stellen allerlei eisen aan onze sportkleding. Zo ook de Olympische ploeg. Een kledingcommissie heeft zich speciaal gebogen over onder andere irriterende ritsjes, kleuren en gebruiksvriendelijkheid van de kleding van het Nederlands Olympisch en Paralympisch team. Laten we het dan ook wat mooier proberen te maken voor degenen die de prestaties van de atleten mede mogelijk maken. Wat de campagnecoalitie eist, is in feite minimaal: goede arbeidsomstandigheden, leefbare lonen en het recht op organisatie.

Hopelijk zijn we alweer een stapje dichterbij ons doel gekomen voor de volgende Olympische Spelen die in 2008 in Peking plaatsvinden. Droomspelen, maar dan voor iedereen, ook voor de makers van sportkleding en sportschoenen.

Christa de Bruin

*redactie **schoon genoeg***

De Schone Kleren Kampagne is afhankelijk van donateurs.

U kunt uw bijdrage overmaken op giro 39.27.802

t.n.v. Schone Kleren Overleg, Amsterdam.

Inhoud



P.04



P.07



P.12

P.04 Beter, veiliger, schoner

De Spelen zijn achter de rug en de internationale campagne “Play Fair at the Olympics” ook. Althans voorlopig. De lobby gaat door. Er is nog veel te doen. Een korte terugblik.

P.07 Internationaal nieuws

Gildan Activewear sluit fabriek in Honduras. Nog steeds uitbuiting in textielindustrie India. Clean Clothes Campaign bijeen in Bulgarije.

P.08 ‘We zijn een klein NOC’tje’

Marcel Sturkenboom, directeur Topsport van NOC*NSF, is tevreden over de sportieve afloop en over de stappen die in Nederland zijn gezet in de richting van schone sportkleding. Een interview.

P.10 Athene per fiets

De Vlaamse Schone Kleren Campagne organiseerde deze zomer een fietstocht van Leuven naar Athene. De Nederlandse SKK fietste mee en organiseerde een eerste etappe: Utrecht – Leuven.

P.11 Protest bij Akropolis

Acties tegen uitbuiting arbeiders sportkledingindustrie.

P.12 Verdwijnen MFA zorgelijk

De afschaffing van de Multi Fiber Arrangement per 1 januari 2005 heeft grote gevolgen voor de arbeiders in de kleding- en textielindustrie.

P.14 Kort nieuws

Hamdani weer aan de slag. Is Lotto wel zo sportief?

P.15 Brandende vraag...

Zijn mijn kleren schoon?

P.16 Vooruitblik

IOC en sportmerken kunnen aan de slag met verbeterprogramma's

Beter, veiliger, schoner



Een gebodypainte vuurartiest tijdens de alternatieve fakkeloptocht op 22 juni in Amsterdam

Zes maanden voerden de Schone Kleren Kampagne, de FNV en Novib in aanloop naar de Olympische Spelen in Athene de campagne “Fair Play op de Spelen, eis eerlijk gemaakte sportkleding”. De Spelen zijn afgelopen, de campagne ook. Althans voorlopig. De lobby gaat door. Er is nog veel te doen. Een korte terugblik.

Op 4 maart lanceerden de Clean Clothes Campaign, de Global Unions en Oxfam een wereldwijde campagne tegen uitbuiting en misbruik van arbeiders in de sportkleding- en sportschoenenindustrie: ‘Play Fair at the

Olympics, respect worker’s rights in the sportswear industry’. Onderzoek toonde opnieuw aan dat er nog heel wat mis is in de sportkleding- en sportschoenenindustrie. Inkooppraktijken van sportmerken laten

nog veel te wensen over. Er is grote onderlinge concurrentie, de productie moet sneller en goedkoper. In de sportkledingsector worden winsten gemaakt ten koste van de arbeiders die sportkleding en sportschoe-

‘Als er niets verandert, raakt het Olympisch symbool in verval’

nen maken. Het zijn geen incidenten; het is een structureel probleem dat sectorbreed moet worden aangepakt. Zowel de sportmerken als de Olympische beweging zijn tijdens de campagne hierop aangesproken. In Nederland sloegen de Schone Kleren Kampagne (SKK), de FNV en Novib de handen ineen.

Asics en andere sportmerken

De campagne richtte zich vooral op zogenoemde achterblijvers, die merken die nog weinig of niets hebben gedaan om ervoor te zorgen dat de arbeidssituatie bij hun toeleveranciers wordt verbeterd: Fila, Kappa, Lotto, Asics, Mizuno, Umbro en Puma. Omdat Asics hoofdsponsor is van het Nederlands Olympisch team en het Europese hoofdkantoor van Asics zich in Nederland bevindt, richtte de Nederlandse campagne haar pijlen vooral op dit sportmerk. Er zijn in Nederland meer dan dertigduizend handtekeningen opgehaald van mensen die vinden dat Asics haar verantwoordelijkheid moet nemen en er alles aan moet doen de wantoestanden bij haar leveranciers uit te bannen. De SKK, de FNV en Novib zijn met Asics Europe gaan praten,

onder meer over de vraag hoe Asics van plan is consumenten helderheid te verschaffen over het sociaal beleid van de onderneming en over de plannen van het bedrijf om dat te verbeteren.

Asics gaf toe dat, mede door de campagne, Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) in het bedrijf in een stroomversnelling is gekomen. Ook heeft Asics beloofd meer inzicht te geven in het bedrijfsbeleid en toegezegd in gesprek te gaan met de Fair Labor Association (FLA). Deelname aan de FLA betekent dat Asics haar fabrieken moet openstellen voor controle. Natuurlijk zal de SKK Asics nauwgezet aan haar woord houden.

Ook voerden we in Nederland actie rond het merk FILA, dat lange tijd weigerde te reageren op onze campagne. Een speldenprik uitdelen was op zijn plaats. En dus togen activisten van de Schone Kleren Kampagne naar de importeur van FILA om de campagne-eisen kracht bij te zetten. Ook verscheen er een Boomerang-kaart gemaakt met de tekst: ‘FAIL on Fair Play’, die via sportscholen in Nederland is verspreid. Deze en andere acties in Europa gericht op FILA hebben ertoe geleid dat FILA uiteinde-



lijk bereid was te praten met de internationale campagnecoalitie.

Het NOC*NSF en de sportbonden Marcel Sturkenboom, directeur Topsport van de Nederlandse sportkoepel NOC*NSF, nam op 4 maart tijdens een persconferentie in het Olympisch Stadion in Amsterdam het onderzoeksrapport in ontvangst. Bij monde van Sturkenboom verklaarde de sportkoepel zich voorstander van de campagne. In latere gesprekken toonde NOC*NSF zich bereid om samen met de Nederlandse sportbonden te bekijken welke bepalingen er betreffende schone sportkledingproductie moeten worden opgenomen in contracten met kledingsponsors.

De andere kant van de medaille

Op 8 augustus hebben meer dan duizend arbeiders deelgenomen aan de “Worker’s Solidarity Olympics Day” in Bangkok. Kledingarbeiders uit zeven Aziatische landen (Cambodja, de Filippijnen, Bangladesh, Pakistan, Sri Lanka, India, Indonesië) sloten zich aan bij honderden Thaise arbeiders om hun eigen Olympische Spelen te houden. Maar deze spelen hadden ook een serieuze boodschap: het olympisch ideaal van eerlijke spelen moet ook voor de arbeiders gelden. Immers, zij maken de sportkleding van de atleten in Athene.

De Thaise arbeider Sunee vertelt: “Elke dag werken makers van sportkleding net zo hard als een atleet die in training is. Maar in plaats van een medaille krijgen wij armoedige lonen, maken lange werkuren en ondervinden constante druk om harder te werken. Vandaag nemen we met plezier deel aan dit sportevenement, maar we maken ook een statement: we verzetten ons tegen het feit dat ons leven als arbeiders wordt gedomineerd door competitie.” In Azië ligt het centrum van de sportkledingproductie. De sector biedt aan honderdduizenden arbeiders, veelal vrouwen, werkgelegenheid, maar wel vaak onder zeer uitbuitende omstandigheden.

Arbeiders uit verschillende Aziatische landen hielden wedstrijden in voetbal, speerwerpen en speelden quizzes over arbeidsrechten. Het zijn de eerste Aziatische Olympische Solidariteitsspelen voor Arbeiders. Het Olympisch ideaal van fair play, solidariteit en broederschap kwam hier uitstekend tot zijn recht. Aansluitend was er een tweedaagse conferentie, georganiseerd door de Thaise arbeiderscampagne en de Asia Monitor Resource Centre, waarbij Aziatische vakbondsorganisaties en NGO's hun eigen ervaringen en strategieën uitwisselden.

Publieksacties

Om zoveel mogelijk mensen te bereiken organiseerden de SKK, de FNV en Novib verschillende acties en evenementen. In april kwam Hamdani, vakbondsactivist uit Indonesië, naar Nederland. Op het Amsterdam Fashion Institute gaf Hamdani een gastcollege aan studenten. Ook sprak hij met de FNV en met de pers over zijn situatie en die van zijn collega's. Op 22 juni, een dag voordat de Olympische vlam aankwam in Amsterdam, was er een alternatieve fakkeloptocht georganiseerd. Een bonte stoet van gebodypainted vuurartiesten, jongleers en steltlopers paradeerde door de straten van Amsterdam. Op de Nieuwmarkt werden de letters ‘Eis eerlijke sportkleding’ in vlam gezet. Vanaf eind juli fietsten actievoerders via Leuven naar Athene. In dertien dagen tijd bereikte het actiepeloton Griekenland, een dag voor de aanvang van de Spelen.

Tijdens de Spelen was op het Leidseplein in

lees door →



Een bonte stoet trok door de straten van Amsterdam tijdens de alternatieve fakkeloptocht

Amsterdam op een groot videoscherm live de finale van de 100 meter vrije slag met Inge de Bruijn te zien, afgewisseld met onze campagne filmpjes. In de zomer deelden we op festivals en tijdens sportevenementen informatiemateriaal uit.

Wereldwijd

In heel de wereld deden honderden organisaties in veertig landen mee aan de Fair Play-campagne. Er zijn meer dan vijfhonderd lokale acties en evenementen georganiseerd en meer dan een half miljoen mensen ondertekenden oproepen en ondersteunden de campagne. Ook was er steun van (ex-)topsporters, zoals vijfvoudig Tour de France-winnaar Miguel Indurain (Sp), zwemster Sarah Houbolt (Aus) en voetballer Didier Deschamp (Fra). In Nederland was het de langeafstandloper Kamiel Maase, die zich in de Volkskrant nadrukkelijk uitsprak voor de campagne. "Als er niets verandert, raakt het Olympisch symbool in verval", zei hij. Ook namen het Europees Parlement en het Britse Lagerhuis een motie aan waarin de campagnedoelen staan verwoord. Een US-congreslid diende een wetsvoorstel in getiteld 'Play Fair at the Olympics'.

Sectorbrede aanpak

De Internationale Arbeidsorganisatie (ILO) nam in mei het initiatief voor een bijeenkomst met de grote sportmerken, WFSGI (de koepel waarin sportmerken zijn vertegenwoordigd) en de Fair Labor Association. Gespreksonderwerp was het 'Programme of Work' voor de sportgoederenindustrie dat door de Clean Clothes Campaign, de Global Unions en Oxfam is ontwikkeld. Dat programma, dat loopt tot de Olympische Spelen in Peking in 2008, moet een einde maken aan de schendingen van arbeidsrechten in de sportgoederensector. De sportmerken gaven de misstanden toe en beloofden de arbeidsomstandigheden te verbeteren. De WFSGI gaat met het 'Programme of Work' aan de slag. De FLA onderstreepte vooral het belang van vrijheid van organisatie van werknemers, waardoor mensen meer greep krijgen op hun eigen situatie en zelf keuzes kunnen maken. Er is beweging, de eerste stappen zijn gezet. Wil er structureel iets veranderen, moeten de sportmerken nog heel wat doen om ervoor te zorgen dat in de aanloop naar de Spelen in Peking (2008) de situatie van arbeiders in de sportkleding- en sportschoenenindustrie daadwerkelijk verbetert.

Het IOC stelt teleur

Hoewel het IOC de mond vol heeft van mooie idealen en principes uit het Olympisch Handvest, weigert zij haar verantwoordelijkheid te nemen. Het IOC brak zelfs eenzijdig de dialoog met de campagneorganisaties af en weigerde de ruim half miljoen handtekeningen die wereldwijd zijn verzameld in ontvangst te nemen. Het IOC kan veranderingen afdwingen door in licentie- en sponsorcontracten bepalingen op te nemen waarin arbeidsnormen voor de sportkledingindustrie zijn vastgelegd en door een clausule over respect voor arbeidsrechten toe te voegen aan het Olympisch Handvest. Het IOC weigert vooralsnog haar eigen idealen van fair play, solidariteit en respect van toepassing te verklaren op de internationale sportkledingindustrie.

Elders in deze 'Schoon Genoeg' zegt Marcel Sturkenboom van NOC*NSF dat Nederland met zijn 'kleine NOC'tje' in China weinig in de melk te brokkelen heeft wat betreft schone sportkleden. We zullen de sportmerken en het IOC dus net zolang achter hun broek moeten zitten, tot ook die van onbesproken afkomst is. 

Voor meer informatie, zie: www.fairolympics.nl en www.schonekleden.nl

Internationaal nieuws

TEKST MARCELLA KRAAY BEELD CCC

Gildan Activewear sluit fabriek in Honduras

Het Canadese Gildan Activewear kondigde in juli onverwacht de sluiting aan van de El Progreso-fabriek in Honduras. Gildan zegt het niet langer efficiënt te vinden in deze fabriek te produceren en overweegt de productie te verplaatsen naar Haïti en de Dominicaanse Republiek. Door de sluiting komen 1800 werknemers op straat te staan.

Op het moment van de bekendmaking was onafhankelijk onderzoek van de Fair Labor Association (FLA, waar Gildan nota bene lid van is) en het Worker's Rights Consortium (WRC) naar de omstandigheden in de fabriek net afgerond. Dit onderzoek was gestart naar aanleiding van klachten over honderd arbeiders die wegens vakbondsactiviteiten waren ontslagen en over andere schendingen van arbeidsrechten. In januari nog had Gildan toegezegd te zullen meewerken aan het onderzoek van de FLA

Los van de vraag of het daadwerkelijk efficiënter en goedkoper is elders te produceren, is het gedrag van Gildan niet acceptabel. Het feit dat een bedrijf als Gildan steeds maar weer zoekt naar nog lagere productiekosten zonder zich te bekommeren om arbeidsrechten, is verwerpelijk. Bovendien is de timing van Gildan in dit geval wel heel curieus. Op het moment dat Gildan met de FLA en het WRC aan tafel zit om de aanbevelingen van het onderzoek te bespreken, maakt Gildan haar besluit plotseling bekend. Het bedrijf probeert op die manier haar verantwoordelijkheid te ontlopen. Om Gildan nogmaals op haar verantwoordelijkheid jegens haar werknemers te wijzen, is er een internationale protestbriefactie begonnen. Kijk voor meer informatie over de El Progreso fabriek op www.cleanclothes.org.

Nog steeds uitbuiting in de textiel-industrie van India

In de textiel fabrieken van Vedsantur in India zijn overtredingen van arbeidsrechten aan de orde van de dag. Dit blijkt uit onderzoek van de CCC task-force Tamil Nadu, die bestaat uit dertig NGO's en zeven vakbonden in de regio. Lage lonen, lange werkdagen, intimidatie en onveilige werkomstandigheden komen regelmatig voor. Ook wordt er nog steeds gebruik gemaakt van kinderarbeid. De CCC task-force Tamil Nadu voert al geruime tijd campagne om de werksituatie voor de arbeiders te verbeteren. Zij vraagt daarbij steun vanuit andere landen.

KOM IN ACTIE



Kijk op www.cleanclothes.org/urgent/04-03-22.php voor een voorbeeldbrief en schrijf aan de lokale autoriteiten.



Clean Clothes Campaign bijeen in Bulgarije

In juni organiseerde het internationaal secretariaat van de CCC, samen met de Bulgaarse CCC-projectgroep een driedaagse bijeenkomst in Sofia, Bulgarije. Ongeveer vijftig mensen uit West- en Oost-Europa en Turkije kwamen bijeen om te discussiëren over het werk van de CCC en om strategieën en ideeën voor de toekomst uit te wisselen. Er was voor gekozen om een brede vertegenwoordiging van de verschillende nationale Schone Kleren-coalities uit te nodigen om zo een beter beeld te krijgen wat er leeft in het Europese netwerk van de CCC. Vanuit Nederland waren de coördinator van de Nederlandse campagne en een vertegenwoordiger van de Landelijk India Werkgroep aanwezig. Het netwerk van de CCC breidt zich uit in Oost-Europa en de deelnemers grepen graag de gelegenheid aan om nader kennis te maken met collega's uit Macedonië, Servië, Roemenië en Bulgarije.

**schone
genoeg**



Tijdens de bijeenkomst in Sofia gingen de deelnemers ook de straat op

NOC*NSF steunt campagne voor schone sportkleding, maar...

‘We zijn een klein NOC’tje’

Op 4 maart nam Marcel Sturkenboom, directeur Topsport van NOC*NSF, het rapport “Play Fair at the Olympics” in ontvangst waarin de misstanden in de internationale sportkledingindustrie worden blootgelegd. Sturkenboom beloofde de kwestie aan te kaarten bij de sportbonden in Nederland, de internationale sportfederaties, het IOC en Asics, de hoofdsponsor van het Nederlands Olympisch team.

De Spelen zijn achter de rug en de internationale campagne “Play Fair at the Olympics” ook. Marcel Sturkenboom, directeur Topsport van NOC*NSF, is tevreden over de sportieve afloop en over de stappen die in Nederland zijn gezet in de richting van schone sportkleding. “Er is nationaal en internationaal veel beroering over de sportkledingindustrie ontstaan. Er is heel serieus aandacht voor het onderwerp. Zowel bij het IOC als bij de internationale federaties. Ook bij de Nederlandse sportbonden en bij NOC*NSF is het een serieus aandachtspunt.”

In het nieuwe contract met hoofdsponsor Asics heeft NOC*NSF laten opnemen dat alle sportkleding die de sportkoepel van het bedrijf betreft, gegarandeerd schoon is. Maar hoe controleer je dat? “De controle daarvan berust op afspraken van de kledingleveranciers met de bedrijven die de kleding daadwerkelijk produceren. Plus degenen die de actie zijn begonnen en de nationale en internationale werkgevers- en werknemersorganisaties. Die moeten ervoor zorgen dat niet alleen hier, maar ook in Azië toezicht wordt gehouden op de arbeidsomstandigheden in de sportkledingindustrie. Overigens is er over Asics en de wijze waarop Asics-kleding produceert nog veel discussie.

Bijvoorbeeld of de fabriek die in het rapport wordt genoemd, wel of niet een leverancier van Asics is. Voor de goede orde, de kleding die wij in Athene hadden, was gegarandeerd schoon. Ook de kleding van Piet Zoomers voor de officials. Datgene wat over Asics naar voren werd gebracht, klopte niet. In elk geval niet voor onze kleding. Dat hebben we ook steeds tegen de actievoerders gezegd. Maar los daarvan: het feit dat het nu op de agenda staat, is volkomen terecht. Dan is het ook minder belangrijk of alles wel voor de volle 100 procent zo is als iedereen zegt. Het feit dat er nu aandacht voor is, is hartstikke goed. Maar we moeten nu wel een stap verder zetten.”

Geloof u Asics en Piet Zoomers op hun woord?

“Ja, want ze hebben een heel groot probleem als blijkt dat ze ons voor de gek houden. Dan zouden ze zich uit de markt prijzen. Ze krijgen nu als tegenprestatie de uitstraling die de Olympische Spelen hebben en dat is voor hen heel veel waard. Zeker als je her en der ook nog medailles binnenhaalt. Als je dat zou kapitaliseren, kom je op behoorlijke bedragen uit.”

Keulen en Aken zijn niet op één dag gebouwd. En zo beschouwen

Sturkenboom en NOC*NSF-voorzitter Terpstra ook het traject naar schone kleren in de sport.

“Wij doen wat binnen ons vermogen ligt. We hebben onze leden erop aangesproken. Volg dezelfde lijn als wij en koop alleen kleding waarvoor je kunt instaan, was onze boodschap. Een aantal heeft nog lopende contracten, maar ze hebben ons ervan verzekerd dat ze bij een volgende contractperiode de eis voor schone sportkleding op tafel zullen leggen. Ik vind dat we in Nederland echt serieus bezig zijn met het probleem. Misschien gaat het niet zo snel als iedereen zou willen. Morgen de garantie afgeven dat het allemaal in orde is, kan natuurlijk niet. Erica Terpstra denkt er net zo over: ‘Prima actie, maar dat krijgen we niet in twee dagen voor elkaar.’”

Sturkenboom juicht het internationale karakter van de campagne toe. Hij voegt er een grote “maar” aan toe.

“We zitten nu eenmaal met het feit dat we niet kunnen overzien wat er wereldwijd in de sportkledingindustrie gebeurt. De sportmerken, verenigd in de World Federation of Sporting Goods Industry (WFSGI), zijn inmiddels wel bij elkaar geweest. Dat zijn de grote jongens die werkelijk de afspraken met elkaar moeten maken en moeten controleren of iedereen

“Het is natuurlijk niet alleen een sportkledingprobleem”

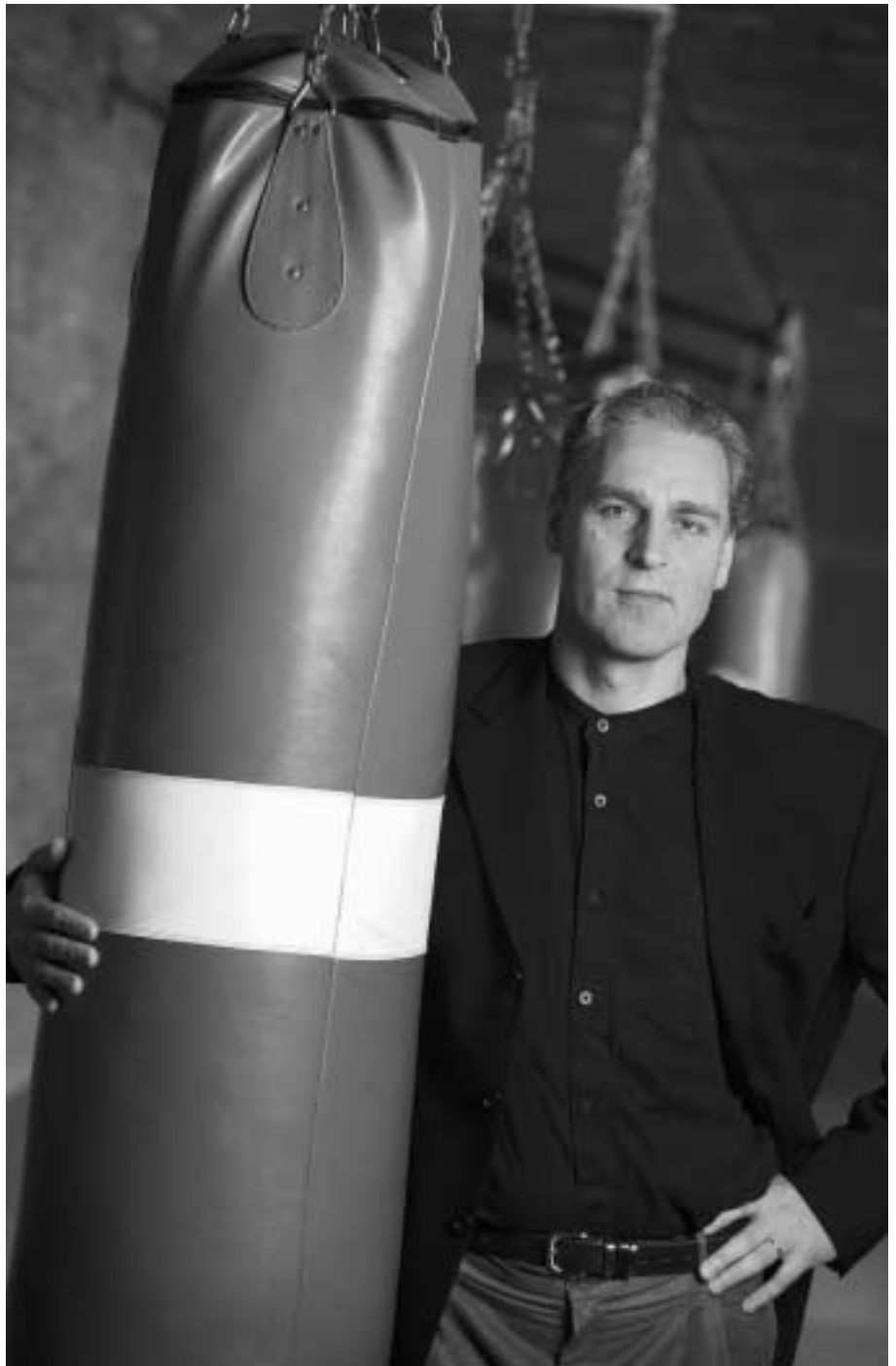
zich eraan houdt. Daar moet ik van zeggen dat we dat alleen van een afstand kunnen volgen, want daar hebben we geen enkele invloed op. We hebben er in het IOC wel op aangedrongen de toestanden in de sportkledingindustrie op de agenda te zetten en erover in gesprek te gaan met de WFSGI. Ik heb overigens niet de indruk dat de internationale partijen zo enthousiast zijn over het IOC. Ik vind op zijn minst dat het IOC medeverantwoordelijk is voor de aanpak van het probleem. Zoals wij het in Nederland niet kunnen maken geen eisen te stellen aan onze sponsors, kan het IOC zich dat internationaal ook niet permitteren.”

Over vier jaar zijn de Spelen in China. Er is al een werkprogramma om ook dan de omstandigheden in de sportkledingindustrie te belichten.


“Daarover zou ik graag met de initiatiefnemers willen praten”, zegt Sturkenboom. “Maar besef wel, in China komen we in een wereld terecht waar onze invloed minimaal is. Dan zijn we helemaal maar een klein NOC'tje. Ik denk dat het goed is dat de actievoerders het onderwerp zo vroeg mogelijk aankaarten. Want nu worden de afspraken voor Beijing 2008 al gemaakt.”

Sturkenboom plukt aan zijn jasje.

“Het is natuurlijk niet alleen een sportkledingprobleem. Wie kan garanderen dat de kleren die ik nu aan heb, schoon zijn geproduceerd? Maar ik begrijp wel dat als je naar een podium zoekt, de Olympische Spelen een uitgelezen kans bieden. Ik zou de campagne niet alleen op de sport richten, maar ook op andere branches die veel aandacht trekken, bijvoorbeeld de modewereld. Ga met vakbonden en ontwikkelingsorganisaties heel serieus aan het werk en vraag tot op het niveau van de VN aandacht voor het probleem. Als je het daar op de agenda kunt krijgen, heb je echt een grote slag gemaakt. Ik vind dat het bij ons redelijk op de rit staat. Ik waar-



deer ook de ludieke manier waarop aandacht voor het probleem is gevraagd en het rapport is gepresenteerd. Een aantal producenten zegt dat het rapport niet klopt. Het heeft weinig zin om in die dis-

cussie energie te steken. Laten we er liever voor zorgen dat datgene wat we nu met elkaar afspreken, wordt nageleefd en dat de kleren die we gebruiken gegarandeerd schoon zijn.” 

Trappen voor schone kleren

Athene per fiets

De Vlaamse Schone Kleren Campagne organiseerde deze zomer een fietstocht van Leuven naar Athene om de misstanden in de sportkleding- en sportschoenenindustrie onder de aandacht van een breed publiek te brengen. De Nederlandse SKK fietste mee en organiseerde de eerste etappe: Utrecht - Leuven. Er gaven 28 deelnemers gehoor aan de oproep: "Fiets mee voor Schone Kleren!"

Spandoek in Luzern, Zwitserland: nog slechts 1331 kilometers te gaan

Donderdag 29 juli: Utrecht – Leuven

Het was een sportieve bedoening op het terras van café het Ledig Erf in Utrecht. Al snel werd duidelijk dat het niet een gewone fietstocht betrof, maar eentje met een boodschap: een oproep aan het adres van het Internationaal Olympisch Comité om haar verantwoordelijkheid te nemen voor de arbeidsomstandigheden waaronder de makers van sportkleding en sportschoenen werken. De rugnummers maakten duidelijk waar het om ging: "o (nul) arbeidsrechten in de sportkledingindustrie, Fair Play op de Spelen." Joris Linssen, bekend van TV en bekende Utrechter, gaf het startschot. Zo hard als we konden, fietsten we weg. De tocht verliep voorspoedig, tot aan het pontje van Brakel. Het bordje "tijdelijk gestremd", betekende een omweg van 20 kilometer. Te laat arriveerden we in Tilburg. Daar werden we opgewacht door de wethouder van Mondiale Zaken. Tilburg is hard op weg een Schone Kleren Gemeente te worden, dat wil zeggen dat ze eisen stelt aan de inkoop van dienstkleding. De regionale TV interviewde nog enkele van de fietsers over hun deelname aan deze actiefietstocht. In Herenthals (België) hielden we nog een korte stop om bij te tanken. Een plaatselijke wielrenner bracht ons vervolgens over oude spoorlijnen, langs weilanden en door bossen naar Leuven waar we verwelkomd werden door de Vlaamse Schone Kleren Campagne. In plaats van de geschatte 160 kilometers, hadden we die dag 203 kilometers weggetrapt, zo bleek.

30 juli - 12 augustus: Leuven – Athene

Het parcours was 2150 kilometer lang en liep vanuit Leuven via Luxemburg, Frankrijk, Zwitserland en Italië naar Griekenland. Na dertien dagen bereikten we onze eindbestemming op Griekse bodem. Sportief was het dus meer dan geslaagd. Maar zeker ook vanuit campagneoogpunt was de actiefietstocht een succesvolle onderneming. In bijna elke plaats van aankomst, was er TV, radio en een krant om te berichten over de doeleinden van deze fietstocht en de campagne. In Italië haalden we zelfs het nationale nieuws. In Longwy, Contrexeville, Alessandria en Rapallo werden we op het stadhuis ontvangen en te woord gestaan door gemeente-



besturen. Activisten, wereldwinkels, supporters en sporters organiseerden publieksacties rondom onze aankomst op diverse plekken. Er werden handtekeningen opgehaald om de eis aan het IOC kracht bij te zetten: respecteer arbeidsrechten en neem dit op in het Olympisch Handvest. In Athene aangekomen had een delegatie van ons nog een gesprek met de Belgische ambassadeur, met wie gesproken is over de Spelen van 2008 in Beijing.

Wie bereidt zich mee voor? Zomer 2008: SKK fietst naar Peking?

TEKST ISMÈNE STALPERS | BEELD OLAF KRAAK



Protest bij Akropolis

In de Olympische ringen staan afbeeldingen van activiteiten rondom de campagne; van Frankrijk tot Australië en van India tot Bulgarije

De Fair Play-campagne rond de Olympische Spelen in Athene was de grootste anti-sweatshopcampagne die ooit heeft plaatsgevonden. Hoogtepunt waren de acties in Athene die aandacht vroegen voor de uitbuiting van arbeiders in de sportkledingindustrie.

Vanaf 4 maart 2004 voerden De Schone Kleren Kampagne, Novib en de FNV samen met bezorgde burgers de campagne “Fair Play op de Spelen”, die was gericht tegen exploitatie en misbruik van arbeiders in de sportkledingindustrie.

Eén van de hoogtepunten van de wereldwijde campagne was een actie in Athene aan de vooravond van de Spelen. Een grote groep anonieme activisten werkte achter naaimachines op een dakterras in het centrum van Athene met de Akropolis op de achtergrond, het symbool van Griekenland en de Olympische Spelen. Twintig arbeidsters stikten zich in het zweet en vroegen zo aandacht voor de uitbuiting van anonieme arbeiders, voornamelijk vrouwen, in sportkledingfabrieken. Ze hielden wat ze hadden genaaid omhoog. Witte shirts met daarop de harde realiteit in de sportkledingsector: 45 uur gedwongen overwerk in een week, een doodsbreiging voor het opzetten van een vakbond, drie cent voor het maken van sportschoenen van € 90,-.

Voor het afsluiten van de Fair Play-campagne in Athene vond op een heuvel een tweede actie plaats, weer met uitzicht op de Akropolis. De actie zag er indrukwekkend uit en toonde de grote inzet van de actievoerders. In de vijf Olympische ringen waren afbeeldingen te zien van evenementen, acties en demonstraties die wereldwijd plaatsvonden als protest tegen de slechte arbeidsomstandigheden in de sportkledingindustrie.

Beide acties leverden veel publiciteit op. Er waren niet alleen woordvoerders van de campagne aanwezig, maar ook vakbondsvertegenwoordigers uit Turkije en Griekenland en Parkati, een arbeidster uit Indonesië. Ze vertelde de journalisten: “Ik werd ontslagen, omdat ik een vakbond probeerde op te richten in de fabriek. Ik vroeg om een leefbaar loon en eiste dat er een einde werd gemaakt aan gedwongen en onbetaald overwerk”. Met dit en andere verhalen maakten vertegenwoordigers uit verschillende landen duidelijk hoe het gesteld is met de rechten van arbeiders in sportkledingfabrieken.

Dankzij de wereldwijde steun is de Fair Play-campagne de grootste anti-sweatshopcampagne geworden die ooit is gevoerd, waarbij consumenten en arbeiders wereldwijd samenwerkten. De publiekscampagne, met als hoogtepunt de acties in Athene, is voorbij. De Schone Kleren Kampagne zal nauwlettend in de gaten houden dat de gedane toezeggingen ook worden nageleefd. De campagnecoalitie heeft een “Programme of Work” opgezet om de eisen van de campagne aan het IOC en de sportkledingbedrijven ook aan de orde te stellen bij de volgende Olympische Spelen in Beijing.

Voor meer informatie zie: www.fairolympics.org of www.fairolympics.nl



Multi Fiber Arrangement (MFA) opgeheven in 2005

Verdwijnen MFA zorgelijk



Door de opheffing van de MFA zal er mogelijk meer kledingproductie naar China gaan

De afschaffing van de Multi Fiber Arrangement per 1 januari 2005 heeft grote gevolgen voor de arbeiders in de kleding- en textielindustrie. Daarom gaat de Clean Clothes Campaign bedrijven wijzen op hun verantwoordelijkheden, zodat arbeiders niet het slachtoffer worden van de concurrentiestrijd in de kleding- en textielindustrie.

Vanaf 1 januari 2005 krijgen alle leden van de World Trade Organization onbeperkt toegang tot de Europese, Amerikaanse en Canadese kleding- en textielmarkten. Dit is het gevolg van de afschaffing van de Multi Fiber Arrangement (MFA), dat vanaf 1974 voor een groot deel bepalend is geweest voor de regulering van de export van kleding en textiel naar deze landen. De MFA is een handelsafspraken die in 1974 werd gemaakt door de VS, Canada en Europa. De overeenkomst introduceerde quota's voor de export van textiel en kle-

ding uit (voornamelijk) ontwikkelingslanden naar de Canadese, Amerikaanse en Europese markten. De bedoeling van de afspraak was de kleding- en textielindustrie in de westerse landen te beschermen. Oorspronkelijk zou de overeenkomst niet langer dan vijf jaar van kracht blijven, maar hij werd drie keer verlengd. Voorstanders van wereldwijde vrijhandel waren niet blij met de MFA. In 1995 werd daarom met steun van de WTO de Agreement on Textiles and Clothing (ATC) in het leven geroepen. Deze afspraak

moest zorgen voor de geleidelijke integratie (over een periode van tien jaar) van de textiel- en kledingindustrie in de wereldwijde vrijhandel. Door de ATC verdwijnt aan het eind van dit jaar de MFA en krijgen alle WTO-leden ongelimiteerd toegang tot de Europese, Amerikaanse en Canadese markten.

Wat betekent de afschaffing van de MFA in de praktijk? Welke gevolgen heeft dat voor de economieën van exporterende landen en voor de arbeiders in de kleding- en tex-

Landen gaan er alles aan doen om bedrijven te lokken hun kleding bij hen te laten produceren. Rechten en lonen van arbeiders komen dan wellicht nog meer onder druk te staan.

tielindustrie? Dat is nog een hypothetische vraag. De antwoorden lopen dan ook uiteen.

Sommige betrokkenen vinden de zorgen over het verdwijnen van de MFA overdreven. Zij wijzen op het bestaan van andere barrières en afspraken die de handel in de kleding- en textielsector reguleren. Hiertegenover staat de serieuze bezorgdheid van mensenrechtenactivisten.

Wat de exporterende landen van kleding en textiel betreft, zijn de gevolgen het meest te voelen in die landen die een minder sterke concurrentiepositie hebben op de internationale kleding- en textielmarkt. Doordat bedrijven bij het selecteren van productielocaties geen rekening meer hoeven te houden met quota, worden andere selectiefactoren belangrijker. Zoals: een snelle levertijd, hoogwaardige kwaliteit en betrouwbaarheid. Daarnaast spelen lage lonen, een goede infrastructuur en toegang tot markten ook een belangrijke rol. Eén van de landen waarvan wordt verwacht dat die het goed gaan doen na het afschaffen van de MFA, is China. Dat land is met zijn lage lonen en verbod op vak-

bonden erg aantrekkelijk voor ondernemers. In de laatste drie jaar is China's kledingexport al uitgegroeid tot bijna een kwart van de totale kledingexport in de wereld.

Landen met een minder sterke concurrentiepositie delven zonder het quotasyteem van de MFA waarschijnlijk het onderspit en zien orders verdwijnen naar andere landen. In veel productielanden heeft de MFA ervoor gezorgd dat er een kledingindustrie kon opbloeien. Door de quota waren deze landen in ieder geval verzekerd van een bepaalde hoeveelheid kledingorders. Deze landen, waaronder bijvoorbeeld Bangladesh, zijn vaak in hoge mate afhankelijk van de kledingindustrie, wat hen erg kwetsbaar maakt. Ook is er vaak geen binnenlandse productie van grondstoffen, zoals katoen. Die moeten worden geïmporteerd wat dan weer leidt tot lange levertijden voor de opdrachtgever.

Mensenrechtenactivisten zijn bang dat de arbeiders in de productielanden de dupe worden van het verdwijnen van de MFA. Arbeiders in landen waar de kledingindustrie een belangrijke sector is, worden waar-

schijnlijk het meest getroffen. Een groot deel van deze arbeiders wordt mogelijk werkloos, doordat de orders uitblijven. Het gaat hier vaak ook om de meest kwetsbare groepen in de samenleving. Het merendeel van de arbeiders bestaat uit jonge vrouwen. Naast het verlies van banen zullen de arbeidsomstandigheden nog meer onder druk komen te staan door de toenemende concurrentie. Landen gaan er waarschijnlijk alles aan doen om bedrijven te lokken hun kleding bij hen te laten produceren. Rechten en lonen van arbeiders komen dan wellicht nog meer onder druk te staan.

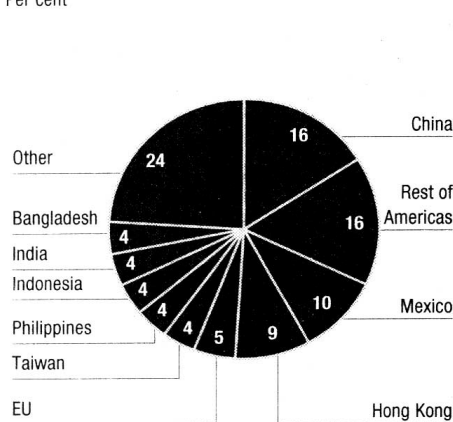
Wat kan er dan gedaan worden om ervoor te zorgen dat deze landen en arbeiders zich staande kunnen houden als de MFA ter ziele is? Van alle kanten worden er oplossingen aangedragen. Zo wordt landen bijvoorbeeld aangeraden om te investeren in technologie en bepaalde vaardigheden om de productiviteit te verhogen. Ook wordt hen geadviseerd zich te richten op diversiteit en te investeren in lokale inputs en infrastructuur. Dit zijn echter korte termijn-oplossingen, vinden critici. Als iedereen dezelfde strategie gaat volgen, leidt dit waarschijnlijk alleen maar tot meer overproductie en dus druk op de prijzen en verlies van banen.

De CCC vindt het van groot belang dat de arbeiders worden ondersteund en dat ervoor wordt gezorgd dat ze niet zomaar op straat komen te staan, zonder baan en sociale voorzieningen. De CCC pleit daarom bijvoorbeeld voor dat het geld dat vrijkomt door de afschaffing van de MFA ten goede zal komen aan de arbeiders. Ook is de CCC van plan campagne te voeren tegen het principe van "cut en run", wat betekent dat bedrijven ineens naar andere productielocaties verdwijnen na de afschaffing van de MFA.

Potential winners and losers

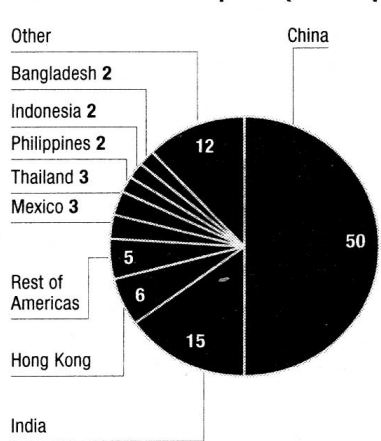
Major clothing exporters' share of the US market now...

Per cent



Source: WTO, Nordås

...and how they may rank after elimination of MFA[†] quotas (forecast)



[†] Multifibre Arrangement

Pie-chart met gevolgen, Financial Times

Voor meer informatie zie onder andere www.somo.nl



Kort nieuws

TEKST SASKIA BERENDS | BEELD SKK

Hamdani weer aan de slag

Hamdani kan weer aan het werk voor de Panarub-fabriek in Jakarta, waar sportschoenen gemaakt worden voor Adidas. Sinds 2000 werkt hij daar in het magazijn. In Juni 2003 werd hij geschorst wegens zijn actieve lidmaatschap van de Perbupas-vakbond, waarvoor hij samen met vier andere leden in februari 2003 een werkonderbreking organiseerde. Het doel van deze werkonderbreking was het onderstrepen van hun verzoek aan het management om dezelfde bonus te krijgen als collega's op andere afdelingen. Als 'straf' voor deze actie werden Hamdani en zijn vrienden verplaatst naar andere afdelingen van de fabriek, wat zich meerdere malen herhaalde. Hamdani raakte hierdoor gefrustreerd en kwam op een dag niet opdagen op zijn werk. Dit leidde uiteindelijk tot een onwettige schorsing. Verschillende NGO's hebben deze zaak opgepikt en Adidas heeft uiteindelijk het Worker's Rights Consortium (WRC) gevraagd de situatie in de Panarub-fabriek te onderzoeken. Op 27 mei 2004 kwam het WRC met een rapport. Adidas onderschreef alle aanbevelingen die in het rapport werden gedaan en beloofde actie te ondernemen. Ook de Panarub-fabriek reageerde positief. Dit alles leidde er onder andere toe dat Hamdani en zijn collega's weer aan de slag konden. Er moet zeker nog veel verbeterd worden, maar dit is in ieder geval één stap in de goede richting.

Kijk voor meer informatie over deze zaak op:
www.fairolympics.nl/nieuws/interview.fabrieksarbeider.aspx

The clothes she wears

De tentoonstelling "The clothes she wears" van Siobhan Wall is op dit moment nog in Engeland. Vanaf 1 november is hij weer in Nederland en kan hij voor grote evenementen worden gebruikt.



Is Lotto wel zo sportief?

De Schone Kleren Kampagne is een protestbrievencampagne begonnen aan het merk Lotto om de arbeiders van de Indonesische fabriek PT Busana Prima Global te blijven ondersteunen. Van deze fabriek werden al meer dan een jaar geleden 166 arbeiders ontslagen na een staking waarmee uitbetaling van het minimumloon werd geëist. Op dit moment zijn er nog 36 werknemers die strijd voeren om hun baan terug te krijgen. In December 2003 voerde de Schone Kleren Kampagne al actie tegen het tennismerk Head, dat zijn kleding ook in deze fabriek laat maken. Head heeft echter nog niets van zich laten horen. De Schone Kleren Kampagne beraadt zich dan ook nog op verdere acties. Omdat de campagne voor deze werknemers al bijna een jaar duurt, is het opnieuw belangrijk de druk op te voeren voor een structurele oplossing. Met de protestbrievencampagne eist de Schone Kleren Kampagne van Lotto dat zij haar invloed uitoefent om in ieder geval het terugnemen van de ontslagen arbeiders te bewerkstelligen en dat zij een onafhankelijk onderzoek laat doen naar de misstanden in de fabriek.

Kijk op onze website voor een voorbeeldbrief. 



Hamdani bezocht in april Nederland om te spreken over zijn zaak

Brandende vraag...

TEKST SASKIA BERENDS



Zijn mijn kleren schoon?

Sinds maatschappelijke organisaties als de SKK campagne voeren voor ‘schone kleren’, is er een woud van gedragscodes en initiatieven ontstaan. Voor de consument is het erg moeilijk hieruit wijs te worden. Vandaar dat we hier ingaan op de veelgestelde vraag: “Hoe weet ik dat ik ‘schone kleren’ koop?”

De SKK zegt dat er helaas nog geen schone kleren te koop zijn. Wel bestaan er al grote verschillen tussen kledingbedrijven in de stappen die zij tot nu toe hebben gezet naar het “opschonen” van hun productieketen. Voor de SKK is het principe van onafhankelijke controle van gedragscodes een belangrijk criterium bij het bepalen of kleren “schoon” zijn of niet. Dit principe is voor een belangrijk deel het uitgangspunt van de modelgedragscode die de SKK heeft ontwikkeld samen met Aziatische partners en de internationale vakbondsfederatie van werknemers in de kledingsector. Naast het principe van onafhankelijke controle vindt de SKK het van groot belang dat de verantwoordelijkheid voor verbeterde arbeidsomstandigheden bij het moederbedrijf gelegd wordt en niet bij het producerende toeleveringsbedrijf.

Om onafhankelijke controle te waarborgen, is in Nederland mede op initiatief van de SKK in samenwerking met andere maatschappelijke organisaties, vakbonden en het bedrijfsleven de Fair Wear Foundation (FWF) opgericht. De FWF ziet toe op de invoering en naleving van de modelgedragscode bij toeleveranciers van bedrijven die bij hen aangesloten zijn. Onafhankelijke controle vindt plaats in samenwerking met mensen en organisaties die lokaal actief zijn en gespecialiseerd in arbeidsrecht.

Gezien het grote belang dat de SKK hecht aan onafhankelijke controle en ketenverantwoordelijkheid, staat zij dan ook zeer kritisch tegenover andere initiatieven die deze principes niet hanteren.

Dit jaar nog beginnen zes multi-stakeholderinitiatieven, die bestaan uit maatschappelijke organisaties, vakbonden en het bedrijfsleven, in Turkije een gezamenlijk project. In dit project wordt er onder meer gewerkt aan een gemeenschappelijke gedragscode, die vanuit het belang van de arbeiders gezien, op zijn minst zo goed is, als elk van de codes van de deelnemende initiatieven.

Het Social Accountability Initiative (SAI) dat werkt met het SA8000-certificeringssysteem, is hier een voorbeeld van. De SKK heeft kritiek op de inspecties van het SAI, omdat die niet onafhankelijk zijn en de ketenverantwoordelijkheid van het moederbedrijf buiten beschouwing laten. De inspecties worden vaak van tevoren aangekondigd en slechts één keer uitgevoerd door kwaliteitscontroleurs die niet op de hoogte zijn van de lokale arbeidsomstandigheden. Het gaat om commerciële inspectiebedrijven, die door de kledingbedrijven in de arm zijn genomen. Er is vaak geen netwerk van lokale organisaties en vakbonden waarmee wordt samengewerkt.

Bekende bedrijven die werken met SA8000, zijn bijvoorbeeld WE en Kuyichi. De SKK is daarom terughoudend in het promoten van Kuyichi. Zij is van mening dat Kuyichi zich net als andere bedrijven moet onderwerpen aan degelijke onafhankelijke controle. FWF-deelnemerschap biedt die garantie, het SA8000-certificaat niet.

De SKK moedigt Nederlandse kledingbedrijven daarom aan zich aan te sluiten bij de Fair Wear Foundation. De consument weet dan dat er serieuze stappen worden gezet in de goede richting.

Voor de lijst van aangesloten bedrijven, zie www.fairwear.nl.



TEKST ISMÈNE STALPERS BEELD OLAF KRAAK

Op weg naar Peking voor schone sportkleding in 2008

De publiekscampagne Fair Play op de Spelen heeft veel consumenten en sporters bereikt. Sommige sportmerken en de Olympische beweging zijn aangesproken op hun verantwoordelijkheid. De SKK vindt het van belang om te streven naar continuïteit van de campagne en bereidt zich voor op de volgende Spelen, die worden gehouden in Peking. Onder druk van de Fair Play-campagne zijn zeven sportmerken bijeengekomen met de Internationale Arbeidsorganisatie (ILO). Ze hebben de misstanden in de sportgoederensector erkend en de intentie uitgesproken de arbeidsomstandigheden te verbeteren. Tijdens het gesprek is het voorstel besproken voor een "Programme of Work" voor de sportgoederenindustrie, dat door de campagneorganisaties is ontwikkeld. Dit voorstel bevat een programma dat loopt tot de Olympische Spelen in Peking in 2008 en een halt moet toeroepen aan de schendingen van arbeids- en mensenrechten in de sportgoederenindustrie. De SKK zet zich de komende jaren in voor de uitvoering van dit sectorbrede programma.

Het land in met de Kledingtour

In 2005 organiseert de Schone Kleren Kampagne een Kledingtour waaraan vertegenwoordigers van vakbonden en arbeiders uit diverse landen meedoen. Doel van de tour is consumenten te informeren over de leef- en arbeidsomstandigheden van arbeiders in de kledingindustrie. Ter voorbereiding van de Kledingtour organiseert de SKK, samen met andere organisaties in Nederland, regionale en lokale bijeenkomsten en scholingsactiviteiten. Met dit voortraject willen we jongeren en lokale groepen betrekken bij de Kledingtour en de bewustwording over arbeidsomstandigheden onder een breder publiek vergroten. Er komen gasten uit kledingproducerende landen getuigen van schendingen van arbeidsrechten en uitleg geven over wat lokale vakbonden en andere arbeidersorganisaties zelf doen aan de verbetering van hun positie. De Kledingtour bestaat onder andere uit een bustour langs winkels en bedrijven, publieksacties en voorlichting op scholen en aan lokale groepen.

Ben je lid van een lokale groep of organisatie en wil je graag meehelpen? Zie je de mogelijkheid om iets te organiseren in je woonplaats? Neem dan contact op met de SKK. 

KOM IN ACTIE

