

Loon naar werken?

Wat kledingmerken doen (en laten) voor een leefbaar loon

Niets te vertellen

Geen verantwoordelijkheid

Kan beter

Enig Initiatief

Begin is gemaakt

Goed op weg

Schone Kleren Campagne

De Schone Kleren Campagne heeft als doel het verbeteren van de arbeidsomstandigheden en de positie van arbeiders in de wereldwijde kledingindustrie. Alle kleding hoort onder goede arbeidsomstandigheden te worden gemaakt, waarbij arbeiders de vrijheid en mogelijkheid hebben om hun eigen (mensen)rechten zeker te stellen.

De Schone Kleren Campagne is onderdeel van de Clean Clothes Campaign, een internationale alliantie die eraan werkt de arbeidsomstandigheden van de mensen die onze kleding maken te verbeteren.

www.schonekleren.nl

[@schonekleren.nl](https://twitter.com/schonekleren)

www.facebook.com/schonekleren

De Asia Floor Wage Alliance

Is een internationale alliantie van vakbonden en arbeidsrechtenorganisaties die samenwerkt om een leefbaar loon voor kledingarbeiders te realiseren in zes kledingproducerende landen in Azië. In 2011 publiceerde de alliantie voor de eerste keer een berekening van het leefbaar loon voor Azië, de Asia Floor Wage.

www.asiafloorwage.org

Loon naar werken?

Wat kledingmerken doen (en laten) voor een leefbaar loon

Mei 2014

Studie gedaan door

Anna McMullen
Christa Luginbühl
Kate Nolan
Carole Crabbé
Nayla Ajaltouni

Met dank aan

Christina Constantinou
Sam Maher
Emma Harbour
Carinya Sharples
The Clean Clothes
Campaign Network

Vertaling

UvA Talen

Redactie vertaling

Niki Janssen
Geert-Jan Davelaar

Eindredactie

Diana Korpershoek

Design

Studio Annelies Vlasblom

Design infographics

Atomo Design

Credits foto's

p. 31 - Heather Stilwell
p. 38, 54 - Martin de Wals
p. 51 - Gordon Welters



De studie is geproduceerd met financiële steun van de Europese Unie. De inhoud van het rapport valt uitsluitend onder de verantwoordelijkheid van de Schone Kleren Campagne, en geeft op geen enkele manier de mening van de Europese Unie weer.

Inhoud

A / Samenvatting

3

**B / De noodzaak
van een leefbaar
loon**

5

**C / Wie is
verantwoordelijk
voor het betalen
van een leefbaar
loon?**

9

**D / De huidige
context van
de kleding-
industrie**

11

**E / Het bereiken
van een leefbaar
loon**

15

**F / Hoe goed doen
de bedrijven het
nu echt?**

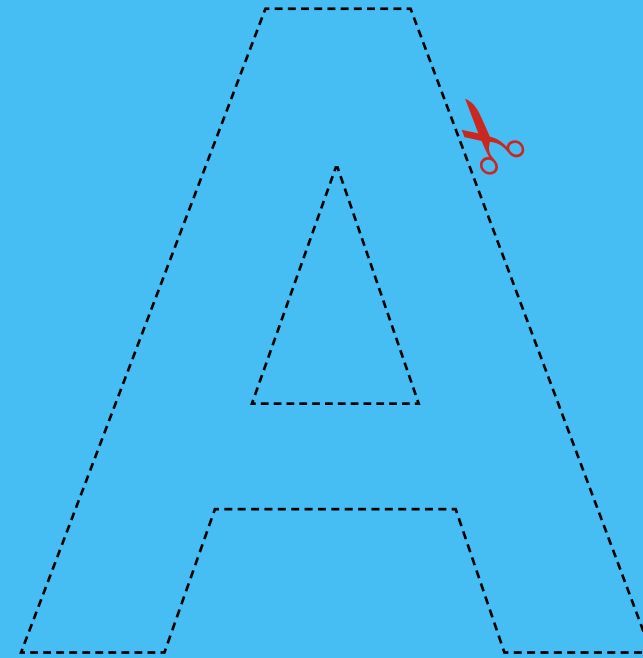
18

**G / Hoe is dit
onderzoek
uitgevoerd?**

20

**H / Profielen
bedrijven/
merken**

22



Samenvatting

De internationale kledingindustrie is verantwoordelijk voor het welzijn van miljoenen mensen op de hele wereld. Grote winkelketens als H&M, Zara en Marks & Spencer verkopen immers kleding die elders op de wereld wordt gemaakt.

Elk mens heeft recht op een leefbaar loon. De trieste waarheid is echter dat het merendeel van de werknemers in de mode-industrie geen menswaardig bestaan heeft. Ze verdienen hooguit 6 euro per dag in een sector die alleen al in Europa meer dan 34 miljard euro omzet.¹ Bedrijven kunnen niet volhouden dat ze maatschappelijk verantwoord ondernemen als de mensen die hun kleding maken niet eens een leefbaar loon verdienen.

We zijn dit onderzoek gestart om duidelijkheid te krijgen over hoe kledingmerken werken aan het verbeteren van de lonen van de kledingarbeiders. We zijn bij vijfendertig van de grootste kledingbedrijven in Europa nagegaan welke maatregelen ze nemen om dit te waarborgen.²

Helaas moeten we concluderen dat er maar weinig bedrijven zijn die het in dit kader goed doen. Slechts twee bedrijven – Inditex (eigenaar van o.a. Zara) en Marks & Spencer, – konden aantonen dat hun werkwijze op termijn kan leiden tot aanzienlijk hogere lonen³. Op dit moment betaalt echter geen van de onderzochte bedrijven een leefbaar loon.

Wel is er sprake van enige vooruitgang. In 2009 ontwikkelde de Asia Floor Wage Alliance een realistische norm voor een leefbaar loon. Sindsdien kan geen enkel bedrijf zich meer verschuilen achter het feit dat er geen definitie bestaat voor dit begrip. Vier bedrijven – Bestseller, G-Star, New Look en Puma – gebruiken inmiddels een volgens ons geloofwaardige benchmark-tool, die van vitaal belang is voor het meten en bekendmaken van de leefbare lonen die zij nastreven⁴. Er is ook enige vooruitgang op het gebied van de prijsstelling, nu zeven bedrijven de loonkosten per product als afzonderlijke kostenpost in hun prijspecificaties opnemen.

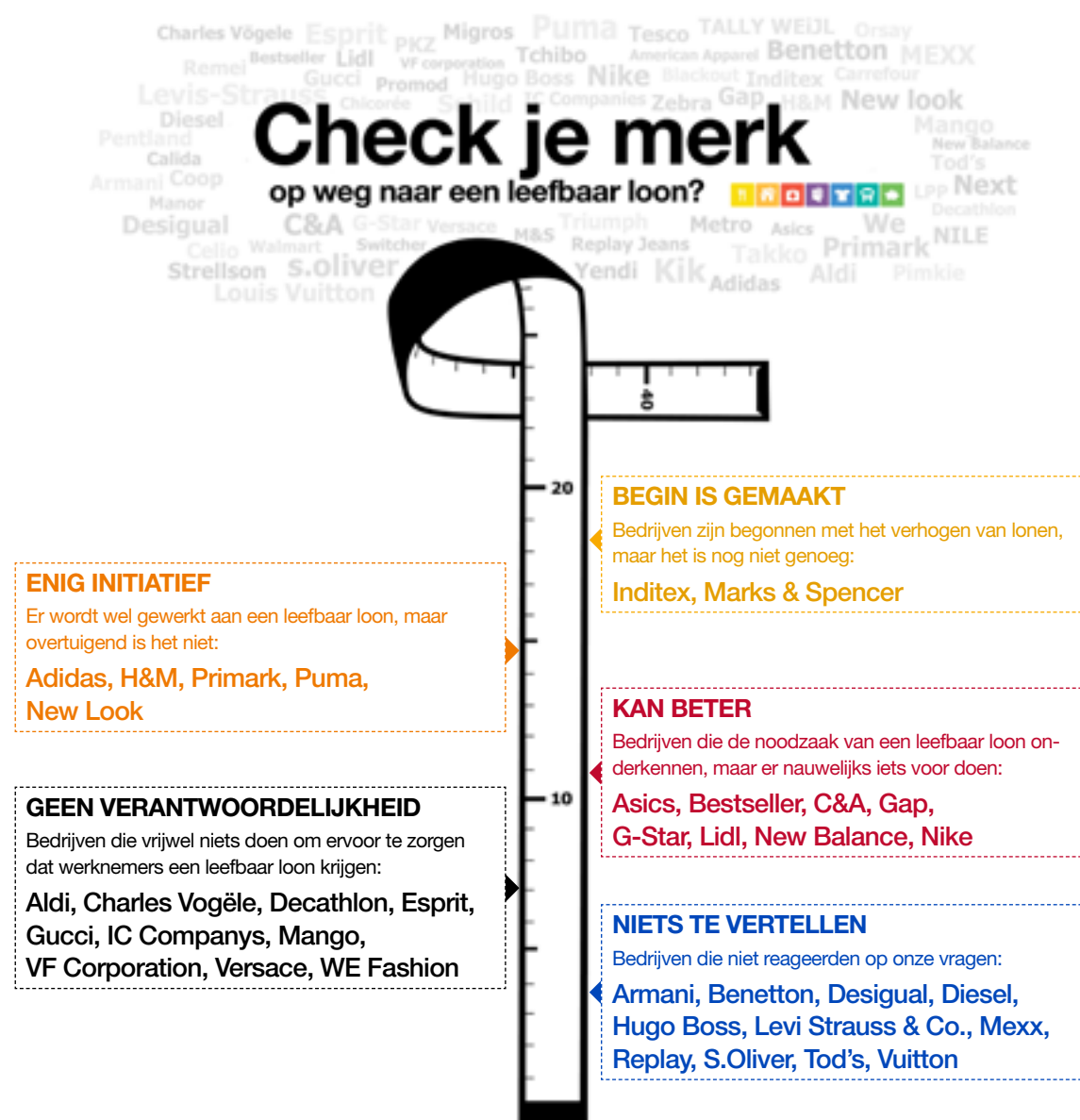
Maar over het algemeen gaan de veranderingen niet snel genoeg. De loonsituatie begint een kritisch breekpunt te bereiken. Werknemers in kledingproductielanden verzetten zich wereldwijd steeds vaker tegen de economische onderdrukking. De afgelopen maanden zijn er demonstraties uitgebroken in Cambodja, waar honderdduizenden werknemers de straat op gingen om een nieuw minimumloon van 160 dollar per maand te eisen. Ook in Bangladesh demonstreerden duizenden mensen voor betere lonen en een veilige werkomgeving.

Al meer dan tien jaar beloven bekende merken aan werknemers en consumenten dat ze een leefbaar loon gaan betalen, maar de feiten tonen het tegendeel aan. De werknemers is gevraagd te wachten tot de merken hebben vastgesteld wat een leefbaar loon precies is en hoe ze kunnen voorkomen dat ze voor de kosten moeten opdraaien. Consumenten kregen te horen dat ze zich geen zorgen hoefden te maken, want de merken zouden zich verantwoordelijk voelen en doen wat ze kunnen. Het probleem is dat dit niet genoeg is en dat de kledingarbeiders niet langer kunnen wachten. Het is tijd dat de kledingindustrie niet alleen werk verschaft, maar er ook voor zorgt dat de miljoenen vrouwen en mannen die onze kleding maken fatsoenlijk worden betaald.

“Er zijn maar weinig retailers die echt hebben geprobeerd om het streven naar een leefbaar loon te integreren in hun bedrijfsvoering”.

Welke bedrijven betalen een leefbaar loon?

De Schone Kleren Campagne onderzocht in samenwerking met de Asia Floor Wage Alliance wat bedrijven doen om ervoor te zorgen dat werknemers een leefbaar loon krijgen. We waren nieuwsgierig wat er op dit gebied was bereikt. Het is teleurstellend dat de meeste initiatieven die er zijn, nog in de proefperiode zitten en dat er nauwelijks activiteiten worden ontplooid die daadwerkelijk zorgen voor hogere lonen. Er zijn maar weinig retailers die echt hebben geprobeerd om het streven naar een leefbaar loon te integreren in hun bedrijfsvoering.

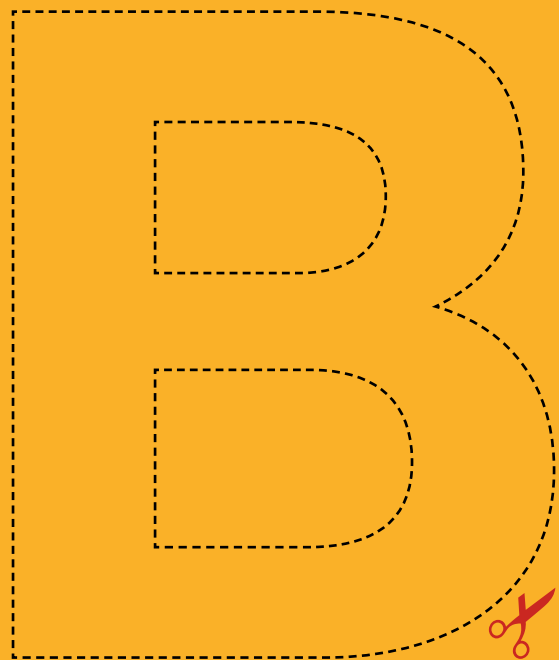


¹ http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/textiles/documents/saxion_task7_synthesis_en.pdf, laatst bezocht op 26-02-2014

² In het Engelstalige onderzoek zijn 50 kledingmerken onderzocht. Voor deze vertaling hebben we de merken geselecteerd die verkrijgbaar zijn in Nederland.

³ In het Engelstalige onderzoek zijn er totaal 4 merken die vergelijkbaar scoren. De andere twee merken zijn Switcher en Tchibo.

⁴ In het Engelstalige onderzoek zijn dat 7 bedrijven. Ook Switcher, Takko en Tchibo hanteren een benchmark tool.



De noodzaak van een leefbaar loon

Wat is een leefbaar loon?

Met een leefbaar loon moet een werknemer per definitie zichzelf en zijn gezin kunnen onderhouden. Het begrip leefbaar loon heeft een duidelijke plaats in de internationale mensenrechtendiscussie.

In de Universele Verklaring van de Rechten van de Mens is in artikel 23, lid 3, bepaald:

“Een ieder, die arbeid verricht, heeft recht op een rechtvaardige en gunstige beloning, welke hem en zijn gezin een menswaardig bestaan verzekert, welke beloning zo nodig met andere middelen van sociale bescherming zal worden aangevuld.” ⁵

De Schone Kleren Campagne – als deel van de Asia Floor Wage (AFW) Alliance – definieert een leefbaar loon als volgt:

“Lonen en toeslagen voor een normale werkweek die ten minste voldoen aan het wettelijke of voor de sector gangbare minimumloon, die altijd voldoende zijn voor het voorzien in de basisbehoeften van werknemers en hun gezinnen en die zorgen voor een gedeeltelijk vrij te besteden inkomen.”

MEER SPECIFIEK IS EEN LEEFBAAR LOON:

van toepassing op alle werknemers, er bestaat geen salaris onder het niveau van een leefbaar loon

het nettosalaris na aftrek van belastingen en (indien van toepassing) zonder bonussen, toeslagen of vergoedingen voor overwerk

inclusief 10% extra voor het opbouwen van een beschikbaar inkomen voor de voorziening in basisbehoeften

gebaseerd op een normale werkweek van maximaal 48 uur

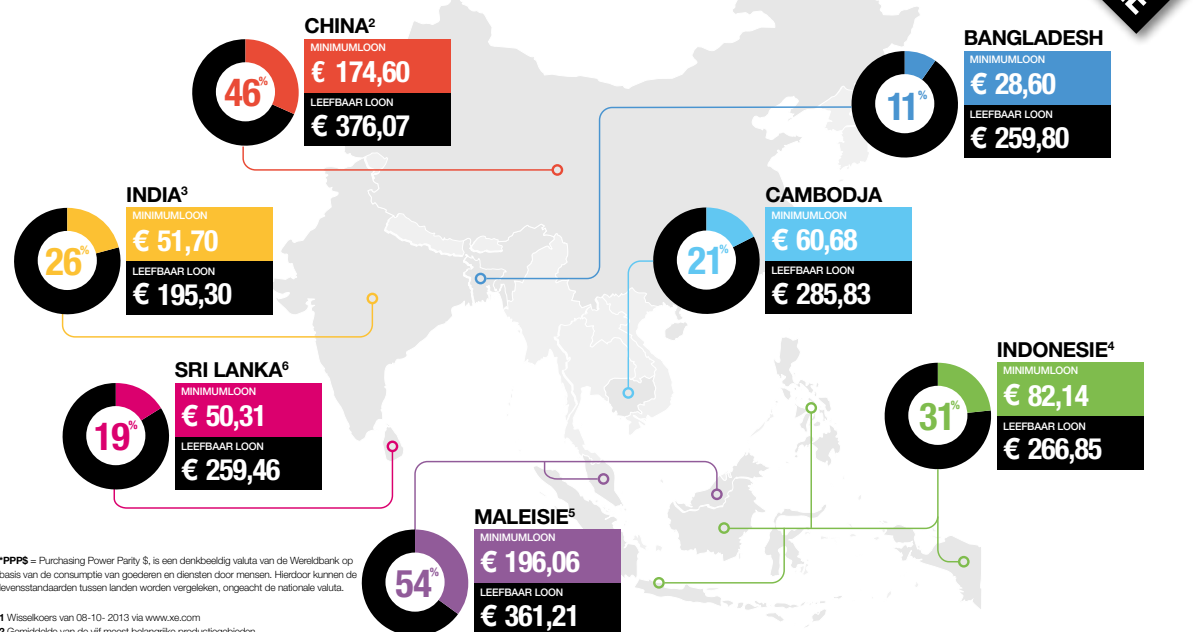
voldoende voor de basisbehoeften van een gezin van vier mensen (twee volwassenen, twee kinderen)

⁵ De Universele Verklaring van de Rechten van de Mens, beschikbaar op <http://www.ohchr.org/EN/UDHR/Pages/Language.aspx?LangID=dut>, laatst bezocht op 18-12-2013

Minimumloon vs leefbaar loon

Het verschil tussen het minimumloon¹ en een leefbaar loon.

Het leefbaar loon is gebaseerd op de berekening van PPP\$725 door de Asia Floor Wage in 2013.



*PPP\$ = Purchasing Power Parity \$, is een denkbeeldig valuta van de Wereldbank op basis van de consumptie van goederen en diensten door mensen. Hierdoor kunnen de levensstandaarden tussen landen worden vergeleken, ongeacht de nationale valuta.

¹ Wisselkoers van 08-10-2013 via www.xe.com

² Gemiddelde van de vijf meest belangrijke productiegebieden

³ Gemiddelde van de belangrijkste regio's: Tamil Nadu, West-Bengalen, Maharashtra (ongeschoold, Zone III)

⁴ Gemiddelde van alle provincies

⁵ In juli 2012 kondigde de Maleisische overheid aan dat arbeiders een minimumloon zullen ontvangen van RM 900 (USD291) (Maleisische schiereilanden) en RM 800 (USD259) (voor Sabah en Sarawak)

⁶ Laagste startloon voor het eerste jaar, vierde graad, zonder bonussen

www.schonekleren.nl

De Asia Floor Wage (AFW)

De Schone Kleren Campagne neemt deel aan de Asia Floor Wage Alliance, een samenwerkingsverband van Aziatische vakbonden en arbeidsrechtenorganisaties die een formule heeft ontwikkeld voor leefbare lonen in Azië. Volgens ons vormt de methodologie van deze formule de beste onafhankelijke berekening van leefbare lonen. Het is een essentieel hulpmiddel voor het bepalen van de concrete lonen waarnaar bedrijven en overheden moeten streven.

DE BEREKENING IS GEBASEERD OP EEN AANTAL BELANGRIJKE UITGANGSPUNTEN DIE WAT ONS BETREFT ALTIJD CENTRAAL MOETEN STAAN BIJ HET VASTSTELLEN VAN EEN LEEFBAAR LOON:

- » **Een leefbaar loon is altijd een gezinsloon.** In de meeste productielanden zijn de verzekerings- en pensioenregelingen ontoereikend en ontbreekt het vaak aan openbare zorgvoorzieningen. Een eerlijk leefbaar loon moet hiermee rekening houden en voorzien in ten minste een deel van de basisbehoeften van onbetaalde zorgverleners in een huishouden.
- » **Een leefbaar loon moet ruimte bieden om te sparen.** Zonder de ruimte om te sparen blijven werknemers kwetsbaar, kunnen ze niet plannen voor de middellange en lange termijn en dreigen ze in de schulden te raken in het geval van onvoorziene uitgaven.
- » **Een leefbaar loon moet een ondergrens en geen bovengrens zijn en moet alle werknemers een minimum-inkomen garanderen.** Bij voorkeur moet het leefbare loon regionaal worden vastgesteld, zodat er geen internationale loonconcurrentie ontstaat en het basisniveau van de lonen voor alle werknemers stijgt.

DE ASIA FLOOR WAGE ALLIANCE BASEERT ZIJN BEREKENINGEN OP DE VOLGENDE UITGANGSPUNTEN:

- » Een werknemer moet zichzelf en twee andere 'consumptie-eenheden' (één consumptie-eenheid = één volwassene of twee kinderen) kunnen onderhouden.
- » Een volwassene heeft 3000 calorieën per dag nodig om te kunnen werken.
- » In Azië besteedt een werknemer de helft van de maandelijkse uitgaven aan voeding.

De Asia Floor Wage (AFW of Aziatisch bodeminkomen) wordt berekend in koopkrachtpariteit (KKP), een fictieve munteenheid van de Wereldbank die is gebaseerd op de consumptie van goederen en diensten. Op deze manier kan de levensstandaard van mensen in verschillende landen met elkaar worden vergeleken, los van de nationale munteenheid.

De Asia Floor Wage Alliance doet regelmatig winkelwagenonderzoek in de regio om nieuwe AFW's te berekenen. Op basis van dit onderzoek wordt een gemiddeld koopkrachtcijfer vastgesteld voor Azië, na overleg tussen de bij de Asia Floor Wage Alliance aangesloten vakbonden. De meest recente winkelwagenonderzoeken zijn uitgevoerd in 2013. Aan de hand daarvan is in oktober van dat jaar een nieuwe AFW vastgesteld van 725 KKP per maand.

Waarom is het recht op een leefbaar loon zo belangrijk?

Ondanks de heldere definitie van een leefbaar loon leven de meeste werknemers in de internationale kledingindustrie nog steeds in armoede.

Het wettelijk minimumloon is in veel kledingproductielanden lager dan het leefbaar loon, wat betekent dat werknemers in de kledingindustrie niet kunnen voorzien in hun basisbehoeften. Het verschil tussen het wettelijk minimumloon en een leefbaar loon neemt nog steeds toe, zoals blijkt uit cijfers van de Asia Floor Wage Alliance uit 2013. De dagelijkse problemen van onderbetaalde werknemers beperken zich echter niet tot geldzorgen. Als het salaris van werknemers voor een normale werkweek niet genoeg is voor de basisbehoeften van hen en hun gezin, krijgen ze ook te maken met andere aan armoede gerelateerde problemen. Denk daarbij aan onvoldoende goede voeding, beperkte toegang tot adequate gezondheidszorg, een gebrek aan sociale zekerheid, slechte huisvesting, beperkte toegang tot onderwijs en uitsluiting uit het culturele en politieke leven.

Al jaren rechtvaardigt de internationale kledingindustrie de verplaatsing van de productie naar verarmde economieën door te wijzen op de werkgelegenheid die deze met zich meebrengt en te benadrukken dat vooral vrouwen profiteren van werk in de kledingindustrie. Het is inderdaad waar dat de overgrote meerderheid van de werknemers in de internationale kledingfabrieken vrouwen zijn en dat hun werk voorziet in het levensonderhoud van miljoenen mensen en hun gezinnen, hoe karig en onzeker het ook is.

Meer en meer blijkt echter dat het werken in kledingfabrieken voor de werknemers niet de beloofde economische vooruitgang oplevert. Kledingarbeiders, en in het bijzonder vrouwen (80% van alle arbeiders in de kledingindustrie), krijgen geen eerlijk deel van de waarde die ze genereren voor de toeleveringsketen. Ze verdienen geen leefbaar loon, laat staan dat ze iets kunnen sparen om de armoedecyclus te doorbreken. Ze zitten opgesloten in een vicieuze cirkel van lage lonen, buitensporig overwerk, woekerleningen en extreme afhankelijkheid, waardoor ze als werknemers erg kwetsbaar zijn.

De Internationale Arbeidsorganisatie (ILO) verwoordde het in een rapport over Bangladesh uit november 2013 als volgt: "Bangladesh kende een langdurige periode van economische groei, vooral dankzij de export van de kledingsector. Dit leidde tot een verschuiving van de werkgelegenheid van de agrarische sector naar de industrie en dienstverlening. Vrouwen maakten in Bangladesh een integraal onderdeel van deze verandering uit en speelden een belangrijke rol in de armoedebestrijding en plattelandsontwikkeling. Ondanks de aanzienlijke economische groei van de afgelopen jaren zijn de arbeidsomstandigheden echter niet merkbaar verbeterd, zeker niet voor de miljoenen werknemers in de kledingsector."⁶

Alleen met leefbare lonen kan de overgang naar een mondiale economie daadwerkelijk leiden tot duurzame ontwikkeling en economische voordelen voor de productielanden.

PAY A LIVING WAGE ASIA FLOOR WAGE

(AFW) is berekend op basis van deze uitgangspunten:



Het recht op een leefbaar loon volgens internationale conventies

Naast de Universele Verklaring van de Rechten van de Mens van de Verenigde Naties is het concept van een leefbaar loon ook vastgelegd in het Internationaal Verdrag inzake economische, sociale en culturele rechten (IVESCR, 1966), artikel 7, onder (a)⁷: "De Staten die partij zijn bij dit Verdrag erkennen het recht van een ieder op billijke en gunstige arbeidsvoorwaarden, die in het bijzonder het volgende waarborgen: ... (ii) Een behoorlijk levenspeil voor henzelf en hun gezin overeenkomstig de bepalingen van dit Verdrag; ..."

Leefbaar loon, wereldwijd

Uiteraard komt onderbetaalde arbeid niet alleen in de Aziatische kledingindustrie voor. Het wettelijk minimumloon is in sommige Oost-Europese landen nog lager dan in Azië. Bovendien is het minimumloon in veel Oost-Europese landen lager dan het bestaansminimum zoals dat door de betreffende overheden is vastgesteld. Daarom is een leefbaar loon wereldwijd van belang voor een eerlijke verdeling van de verdiensten/winsten.

Om die reden hebben we voor dit onderzoek gekeken naar het beleid, de activiteiten en de strategieën van de hele toeleveringsketen van bedrijven.

HET RECHT OP EEN LEEFBAAR LOON IS VERDER VASTGELEGD IN DIVERSE VERKLARINGEN EN CONVENTIES VAN DE ILO:⁸

- » Statuut van de ILO, 1919: inleiding tot het handvest
- » Verklaring van Philadelphia, internationale arbeidsconferentie, 1944
- » Verklaring van de ILO over sociale rechtvaardigheid voor een eerlijke globalisering, 2008
- » Conventies 131 en 156 (indirect) en aanbevelingen 131 en 135 (indirect)

⁶ http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/publication/wcms_229105.pdf, p.V, laatst bezocht op 23-01-2014

⁷ http://wetten.overheid.nl/BWBV0001016/geldigheidsdatum_20-03-2014#VertalingNL

⁸ "Fair Wages: Strengthening Corporate Social Responsibility", Daniel Vaughan-Whitehead, 2010, pag. 203



“Mijn uitgaven worden elke dag hoger. Als ik ga trouwen, hoe moet ik dan mijn grootouders, moeder en kinderen onderhouden? Zelfs als we samen eten in een kleine ruimte en we allemaal geld bij elkaar leggen, kunnen we nog maar een klein deel van dat bedrag uitgeven. Want iedereen is bang dat er anders geen geld meer over is om naar de familie te sturen.”

Lili, een vrouwelijke werknemer uit Cambodja.

Land	AFW in lokale valuta	Gemiddeld minimumloon*	Minimumloon als percentage van leefbaar loon
Bangladesh	25.687 taka	5.300 taka	21%
Cambodja**	1.582.668 riel	399.503 riel	25%
China	3.132 yuan	1.270 yuan	41%
India	16.240 roepies	4.370 roepies	27%
Indonesië**	4.048.226 roepia	1.356.780 roepia	34%
Maleisië	1.566 ringgit	885 ringgit	57%
Sri Lanka**	46.168 roepies	8.890 roepies	19%

* In landen waar het minimumloon per regio varieert, is voor het landelijke minimumloon uitgegaan van het gemiddelde van de belangrijkste productieregio's of representatieve provincies.

** Landen waar er een landelijke procedure bestaat voor het vaststellen van de AFW.

BETAAL KLEDINGARBEIDERS EEN

LEEFBAAR LOON



Dit moet een
arbeider zich
minimaal kunnen
veroorloven:

1



eten

2



huur

3



gezondheids
zorg

4



scholing

5



kleding

6



vervoer

7

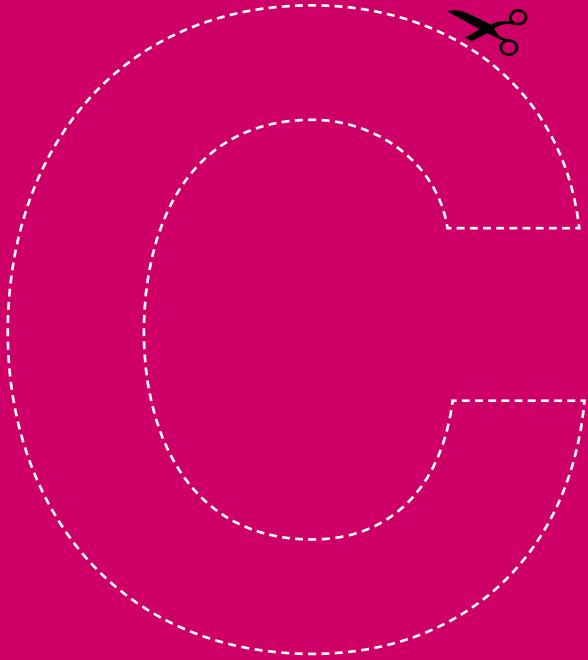


sparen

Een leefbaar
loon is een
mensenrecht,
voor iedereen,
wereldwijd



www.schonekleren.nl



Wie is
verantwoordelijk
voor het betalen
van een leefbaar
loon?

In 2011 onderschreef de Mensenrechtenraad van de Verenigde Naties unaniem de ‘Principes voor bedrijfsleven en mensenrechten’ (UN Guiding Principles of UNGP’s), waarin de rollen en verantwoordelijkheden van bedrijven en overheden duidelijk staan omschreven.

DE UN GUIDING PRINCIPLES ZIJN GEBASEERD OP DRIE PIJLERS:

1. De plicht van de regering om mensenrechten te beschermen
2. De verantwoordelijkheid van bedrijven om mensenrechten te eerbiedigen
3. De toegang tot rechtsmiddelen om dit af te dwingen

Hierdoor ontstaat een beginsel van gedeelde verantwoordelijkheid van overheid en bedrijfsleven. Dit houdt in dat de overheid verplicht is om een wettelijk minimumloon in te stellen dat aansluit bij een bestaansminimum en dat het bedrijfsleven wordt opgeroepen om het recht van ieder mens op een leefbaar loon te eerbiedigen.

In dit kader wordt echter ook duidelijk gesteld dat de verantwoordelijkheid voor het eerbiedigen van mensenrechten ‘niet afhankelijk is van het vermogen en/of de bereidheid van staten om te voldoen aan hun eigen verplichtingen op het gebied van de mensenrechten, en ook geen afbreuk doet aan deze verplichtingen. Dit is ook belangrijker dan de naleving van nationale wetten en regels op het gebied van mensenrechten.’⁹

Met andere woorden, ook indien de overheid de mensenrechten niet beschermt – bijvoorbeeld wanneer het wettelijk minimumloon lager is dan het bestaansminimum (leefbaar loon) – houdt het bedrijfsleven de plicht om het recht van mensen op een leefbaar loon te eerbiedigen en de nalatigheid van de staat te compenseren.

De UN Guiding Principles stellen dat de verantwoordelijkheid voor schendingen van de mensenrechten geldt voor de hele toeleveringsketen van een bedrijf, waar de schending ook plaatsvindt (in de eigen fabriek, bij directe leveranciers, leveranciers van directe leveranciers of thuiswerkers). Hoewel de productie van kleding vaak wordt uitbesteed, blijft een bedrijf dus zelf verantwoordelijk en kan het deze verantwoordelijkheid niet afschuiven op een partij elders in de toeleveringsketen.

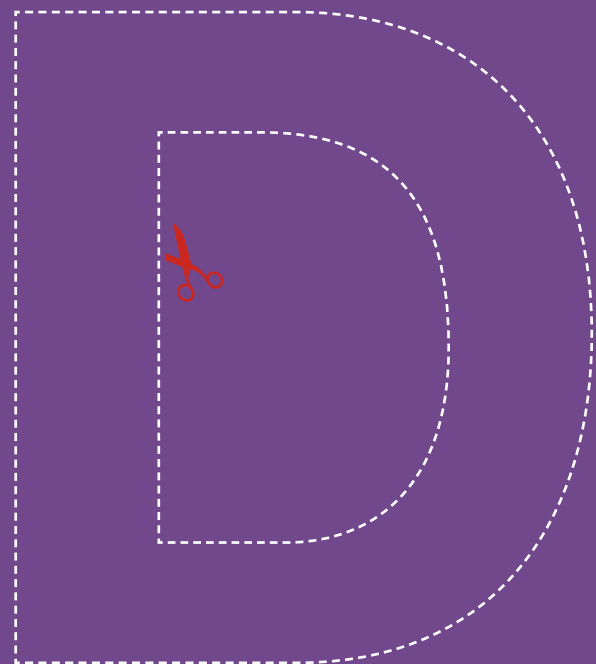
PRINCIPE 13: “DE VERANTWOORDELIJKHEID VOOR HET EERBIEDIGEN VAN MENSENRECHTEN HOUDT IN DAT ONDERNEMINGEN:

- » geen schendingen van mensenrechten mogen veroorzaken of hieraan mogen bijdragen door hun eigen activiteiten en dat ze dergelijke schendingen moeten aanpakken als deze zich voordoen;
- » schendingen van mensenrechten die rechtstreeks verband houden met hun activiteiten, producten of diensten van zakelijke relaties, moeten trachten te voorkomen of vermindern, ook als ze zelf niet hebben bijgedragen aan deze schendingen.”

Hieruit volgt ondubbelzinnig dat het bedrijf zonder meer verantwoordelijk is voor het betalen van een leefbaar loon. Kledingmerken en -retailers schuiven deze verantwoordelijkheid vaak door naar de regering.



⁹ <http://www.business-humanrights.org/media/documents/ruggie/ruggie-guiding-principles-21-mar-2011.pdf>, pag.13, laatst bezocht op 01-01-2014



De huidige context van de kleding-industrie

De afgelopen dertig jaar is de concurrentie tussen landen op de exportmarkt voor kleding, textiel en schoenen behoorlijk toegenomen. Als gevolg van het groeiende aanbod dalen de prijzen van kleding en schoenen voortdurend.

‘Het recht van de goedkoopste’ is inmiddels het belangrijkste motto, zowel in de productielanden als op de consumentenmarkt. Alleen al uit angst dat bedrijven hun productie elders onderbrengen, stemmen de overheden van productielanden hun arbeids- en handelsbeleid af op de verwachtingen en eisen van de internationale inkopers. In de praktijk betekent dit bijvoorbeeld dat vakbondsactiviteiten ernstig worden belemmerd, en dat wettelijke minimumlonen ver achterblijven bij het bestaansminimum en niet worden aangepast aan de inflatie.¹⁰

Tijdens en na de financiële crisis werd de situatie nog slechter voor kledingarbeiders. Zij werden extra zwaar getroffen door de explosieve stijging van de rijst- en olieprijs, omdat voeding een grote hap neemt uit hun huishoudbudgetten. De toch al extreem lage minimumlonen werden niet aangepast om deze inflatie te compenseren, zodat de reële lonen nog lager werden. Het gebrek aan kwalitatief goede voeding heeft geleid tot ernstige ondervoeding bij textielarbeiders in Bangladesh en massaal flauwvallende werknemers in Cambodjaanse kledingfabrieken. De afgelopen jaren hebben duizenden wanhopige werknemers in veel productielanden gedemonstreerd en gestaakt voor hogere lonen.

“De afgelopen jaren hebben duizenden wanhopige werknemers in veel productielanden gedemonstreerd en gestaakt voor hogere lonen.”

¹⁰ “Stitching a Decent Wage Across Borders”, J. Merk, CCC/AFW, 2009, <http://www.asiafloorwage.org/Resource-Reports.html>, pag.30-35, laatst bezocht op 26-02-2014



Audits helpen niet

Het is het afgelopen decennium duidelijk geworden dat commerciële auditprocedures niet in staat zijn om de werkelijke situatie in Aziatische fabrieken aan het licht te brengen en dat deze audits niet leiden tot systematische veranderingen in de industrie.

Commerciële audits leggen de verantwoordelijkheid voor sociale kwesties grotendeels bij de leveranciers neer. Ze kijken niet naar de praktijken van inkopers, terwijl juist de lage verkoopprijzen en korte productietijden vaak leiden tot buitensporig overwerk en lage lonen in de fabrieken.

Inkopers voeren allerlei excuses aan om zich niet te hoeven inzetten voor leefbare lonen: dat het de verantwoordelijkheid van leveranciers of overheden is, dat hogere lonen hen uit de markt zouden prijzen, dat de consument niet meer wil betalen, dat er geen consensus is over het berekenen van een leefbaar loon, enzovoort. Maar de inkoper blijft verantwoordelijk voor het eerbiedigen van de mensenrechten en het garanderen van een leefbaar loon. Ook als er diensten worden uitbesteed.

In reactie op de tekortkomingen van de commerciële audits hebben sommige bedrijven zich aangesloten bij multi-stakeholderinitiatieven (MSI's) als de Fair Wear Foundation (FWF) en het Ethical Trading Initiative (ETI).

Deze twee MSI's streven naar de invoering van een leefbaar loon en de aangesloten merken zijn verplicht om het principe van een leefbaar loon op te nemen in hun beleid. Er moet echter nog veel meer worden gedaan om de invoering van een leefbaar loon daadwerkelijk te bevorderen; de MSI's zouden daarin een grotere rol kunnen spelen.

Rampen zoals het instorten van de fabriek in Rana Plaza hebben ondubbelzinnig aangetoond waartoe de wedloop van goedkope kleding kan leiden en ook dat audits alleen niets oplossen. Zo was Rana Plaza al verschillende keren gecontroleerd voordat de fabriek op 24 april 2013 instortte, waarbij meer dan 1100 mensen om het leven kwamen en 2500 gewonden vielen. Geen enkele audit had melding gemaakt van de deplorabele staat van het gebouw. Het bindende Bangladesh Veiligheidsakkoord, afgesloten tussen internationale vakbonden en meer dan honderd kledingmerken is een belangrijke vooruitgang op het gebied van bedrijfsverantwoordelijkheid en samenwerking.

“Inkopers voeren allerlei excuses aan om zich niet te hoeven inzetten voor leefbare lonen.”

Vertaling van vakjargon

Om ervoor te zorgen dat iedereen de bedrijfsprofielen in dit onderzoek kan begrijpen, hebben we hieronder het meest voorkomende vakjargon vertaald en gedefinieerd.

Ook geven we kort aan wat de Schone Kleren Campagne vindt van de effectiviteit van bepaalde initiatieven.

De internationale discussie over een leefbaar loon heeft de afgelopen twee jaar steeds meer aandacht gekregen. Diverse partijen uit de industrie hebben geprobeerd het debat naar zich toe te trekken en bepaalde termen zo te definiëren dat zij de normen laag en de definitie van een leefbaar loon minder strikt konden houden. Ook zijn bedrijven ertoe overgegaan in het openbaar te reageren op de vraag van consumenten en campagnevoerders om een leefbaar loon. In sommige gevallen waren dit zinnige bijdragen, terwijl andere bedrijven de kwestie juist uit de weg gingen of bepaalde zaken probeerden te verdoezelen.

Prijsopbouw van een t-shirt



Bron: Fair Wear Foundation

www.schonekleren.nl

Multi-stakeholderinitiatieven (MSI's)

Binnen deze organisaties werken bedrijven, ngo's en vakbonden samen om problemen binnen de toeleveringsketen aan te pakken.

» Fair Wear Foundation (FWF)

De FWF eist van haar leden dat ze een leefbaar loon betalen en faciliteert een aantal interessante initiatieven voor het beproeven van methoden om dit te implementeren. De stichting heeft een relevante en transparante tool ontwikkeld voor het benchmarken van een leefbaar loon en het beoordelen van het loonniveau in fabrieken (zie 'Loonladders').

De FWF heeft tot nu toe echter geen actieplan met duidelijke mijlpalen opgesteld en ook geen tijdschema voor de systematische invoering van een leefbaar loon door zijn leden.

» Ethical Trading Initiative (ETI)

Het ETI eist van zijn leden dat ze een leefbaar loon betalen, maar omschrijft in de definitie niet voor hoeveel gezinsleden dit voldoende moet zijn. Er is de afgelopen jaren intern weinig gedaan met betrekking tot het vaststellen van benchmarks of het opzetten van gezamenlijke projecten om bedrijven te helpen met het betalen van een leefbaar loon, hoewel sommige leden hun eigen projecten met anderen hebben gedeeld.

» Fair Labor Association (FLA)

De FLA stelt in haar gedragscode dat een inkomen 'voldoende moet zijn voor de basisbehoeften van werknemers', maar in haar beleidsstukken komt de term 'leefbaar loon' niet voor. De FLA maakt ook gebruik van een auditsysteem, maar het is niet duidelijk of bij deze audits ook wordt vastgesteld wat het verschil is tussen de huidige lonen en een leefbaar loon. Ook is er geen aantoonbare actie ondernomen om het betalen van een leefbaar loon te promoten.

Initiatieven van bedrijven

Het Business Social Compliance Initiative (BSCI) verschilt van bovenstaande MSI's omdat er geen ngo's en vakbonden zijn betrokken bij de centrale besluitvorming. Het BSCI heeft een gezamenlijk auditplatform en fungeert als organisatie voor bedrijfsadvies. Verder organiseert het rondetafelgesprekken en trainingen in productielanden.

Hoewel het een gedragscode voor leden heeft (die sinds februari 2014 ook de term 'basisbehoeften' bevat), eist het niet dat zijn leden een leefbaar loon betalen. Het BSCI eist ook niet van zijn leden dat ze hun inkoopbeleid en -activiteiten aanpassen om de betaling van een leefbaar loon aan fabriekswerknemers mogelijk te maken. Het probeert vooral veranderingen tot stand te brengen door het uitvoeren van commerciële audits (hoewel herhaaldelijk is aangetoond dat deze methode niet werkt) en heeft geen enkele concrete poging ondernomen om de invoering van een leefbaar loon in de toeleveringsketens van zijn leden te bevorderen.

Fair Wage Network

Het Fair Wage Network (FWN) is opgericht door loon-specialisten van de Internationale Arbeidsorganisatie (ILO) en een voormalige voorzitter van de FLA (hoewel het geen initiatief is van de ILO of FLA). Het beoogt samen te werken met bedrijven en te onderzoeken wat men gezamenlijk kan doen om de lonen te verhogen. Aan de hand van een reeks pilotprojecten en studies onderzoekt het FWN 'de aspecten van een eerlijk loon', omschreven als 'bedrijfspraktijken die leiden tot structurele loonontwikkelingen'. Het levert een aantal hulpmiddelen en systemen volgens het Fair Wage-concept, die bedrijven kunnen gebruiken om de lonen structureel te verhogen. Een leefbaar loon wordt gedefinieerd als 'slechts een van de twaalf aspecten van een eerlijk loon'.

We maken ons zorgen dat bedrijven hun betrokkenheid bij dit initiatief gebruiken om de aandacht af te leiden van de noodzaak van een leefbaar loon.

In het algemeen is het Fair Wage Network wellicht bruikbaar om bedrijven een beeld te geven van de loonsituatie in hun toeleveringsketen en het identificeren van op te lossen problemen. Of een leefbaar loon kan worden bereikt als gevolg van deze analyses, hangt uiteindelijk volledig af van de politieke wil en de verdere inzet van de betrokken bedrijven en leveranciers. 'Betrokkenheid bij het FWN' is op zich geen garantie dat er ook een leefbaar loon wordt gerealiseerd.

WAT ONS BETREFT HEEFT EEN REALISTISCHE BENCHMARK VOOR LEEFBAAR LOON DE VOLGENDE EIGENSCHAPPEN:

De methode en de conclusie zijn transparant.

De benchmark wordt regelmatig herzien om inflatie te compenseren.

De benchmark is opgesteld in samenspraak met landelijke en regionale vakbonden.

Het leefbaar loon is minimaal voldoende om te voorzien in de basisbehoeften van een gezin en iets over te houden om te sparen (zie eerdere definitie van een leefbaar loon).

Productiviteit

Een aantal bedrijven heeft aangegeven betrokken te zijn bij productiviteitsverhogende projecten. Deze kunnen zowel goede als slechte gevolgen hebben. Bij sommige projecten gaat het om het ontwikkelen van technische hulpmiddelen en de manier waarop een product in de fabriek wordt geproduceerd. Er is dan minder menskracht en tijd nodig om het product te maken.

Bij andere projecten worden de personeels- en managementstructuren tegen het licht gehouden en krijgen arbeiders trainingen om meer verschillende taken te kunnen uitvoeren. Ook dit leidt tot een vermindering van het aantal mensen dat bij de productie is betrokken. Een van de productiviteitsfilosofieën, 'lean manufacturing', richt zich op het voorkomen van verspilling en betreft alle medewerkers bij het identificeren van problemen en inefficiënties, en het ontwikkelen van oplossingen. Het idee erachter is dat efficiëntere fabrieken in kortere tijd meer winst maken. Dit is goed voor zowel de inkoper als de fabriekseigenaar, en kan leiden tot minder werkuren en betere lonen voor de werknemers.

Hoewel deze productiviteitsplannen nu en dan voor lichte verbeteringen en iets hogere lonen zorgen, zullen ze de kloof tussen minimumlonen en leefbare lonen volgens ons niet dichten. Bovendien bestaat het risico dat werknemers door stukloon nog meer onder druk komen te staan en is er geen garantie dat de financiële voordelen automatisch leiden tot betere lonen voor de werknemers.

Loonladders

De Fair Wear Foundation heeft een baanbrekend idee ontwikkeld dat inmiddels al door een aantal bedrijven wordt toegepast om een overzicht te krijgen van de lonen in een bepaald land.

Loonladders bestaan uit een verzameling samengestelde benchmarks voor lonen, waaronder de hoogte van minimumlonen, industriënormen, lokale vakbondseisen en de AFW. Bedrijven kunnen deze informatie gebruiken om de lonen voor hun fabrieken vast te stellen en om bedrijven te laten stijgen op de 'ladder' die leidt naar een leefbaar minimumloon. Enkele bedrijven gebruiken deze loonladders al tijdens audits, waarmee ze hun leveranciers laten weten naar welke lonen ze streven. Naar onze mening is het een nuttig hulpmiddel.

SA8000

De auditstandaard SA8000 wordt door veel van de in dit rapport genoemde bedrijven gebruikt. Er staat in dat een gecertificeerd bedrijf een leefbaar loon moet betalen. Dat leefbare loon wordt gedefinieerd als 'voldoende om te voorzien in de helft van de basisbehoeften van een gezin van gemiddelde grootte, op basis van lokale prijzen in de omgeving van het werk'. Verder bevat SA8000 de bepaling dat 'de SA8000-gecertificeerde inrichting binnen 18-24 maanden na aanvang van de certificeringscyclus een leefbaar loon moet betalen, afhankelijk van de grootte van het bedrijf en het verschil tussen de huidige lonen en het leefbare loon'.

Deze bepalingen klinken in theorie goed (hoewel niet ideaal), maar de effectiviteit ervan is volledig afhankelijk van de vraag hoe een leefbaar loon wordt berekend en welke benchmarks worden gebruikt. Zoals wij het begrijpen is de SA8000-berekening gebaseerd op gesprekken met werknemers over hun basisbehoeften, aan de hand waarvan de kosten voor het huishouden en het leefbare loon worden berekend. De berekeningsmethode is weliswaar openbaar, maar de individuele benchmarks voor het leefbare loon zijn onderdeel van de auditrapporten en daardoor alleen beschikbaar voor de gecertificeerde entiteit.

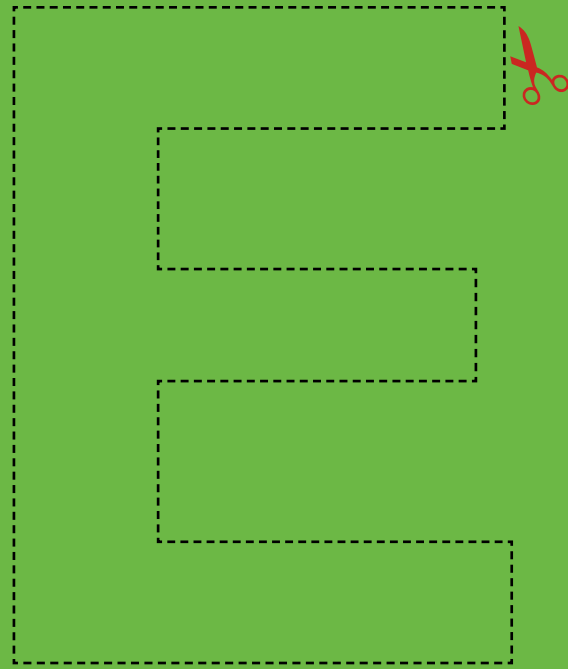
Het gebrek aan openbare benchmark-gegevens bij deze methode betekent in de praktijk dat werknemers hun recht op een leefbaar loon niet kunnen opeisen als de vastgestelde bedragen niet worden betaald. Ook hoeft er geen verantwoording over worden afgelegd en is er geen democratische controle van de effectiviteit van de berekening of de implementatie.

Daarnaast kan een gebrek aan tijd of geld van auditors een negatieve invloed hebben op de kwaliteit van de berekeningen. De SA8000-methode is in grote mate afhankelijk van de mogelijkheden die de auditor heeft om een leefbaar loon te berekenen en te vergelijken met de regionale situatie. In een voorbeeld van een SA8000-berekening die vertrouwelijk is verstrekt aan de SKC, was het vastgestelde 'leefbare loon' zelfs lager dan het wettelijk minimumloon in de betreffende regio.

Bovendien is een leefbaar loon volgens de SA8000 voldoende voor de helft van het standaardgezin waarop het moet zijn gebaseerd. In de praktijk betekent dit meestal dat het loon genoeg is voor een werknemer plus één andere persoon. In werkelijkheid zijn de gezinnen in de productielanden veel groter, is er veel werkloosheid en biedt het werk weinig zekerheid. Ook zijn er vaak geen of te weinig pensioensregelingen en sociale verzekeringen. In het zeldzame geval dat beide ouders een vaste baan hebben, is er vaak een onbetaalde kracht die de kinderen of de oudere en zieke gezinsleden verzorgt. Bij een deugdelijke berekening van het leefbare loon moeten deze aspecten worden meegenomen. Daarom het van essentieel belang dat een leefbaar loon een ondergrens is die garandeert dat wordt voorzien in de basisbehoeften van werknemers in alle gezinssituaties. Dat geldt dus ook voor alleenstaande moeders of werknemers zonder partner die met één salaris twee oudere familieleden moeten onderhouden.

De SA8000-berekening voldoet niet aan drie van deze vier criteria.

Overigens hebben we in het algemeen onze bedenkingen over dergelijke certificeringen, omdat ze corruptiegevoelig zijn en kunnen zijn gebaseerd op valse beloften (zoals bijvoorbeeld blijkt uit de fatale brand die onlangs plaatsvond in een SA8000-gecertificeerde fabriek in Pakistan).



Het bereiken van een leefbaar loon

De noodzaak van benchmarks

Bedrijven die een leefbaar loon willen invoeren, moeten tegen de huidige trends in gaan. Hoewel veel bedrijven het belang van een leefbaar loon onderschrijven, liggen de meeste lonen in de industrie maar net boven het minimumloon. Dat komt doordat geen enkele partij de eerste stap wil zetten.

De merken vinden dat de leveranciers en de productie-landen verantwoordelijk zijn voor het verhogen van de lonen tot een voor de werknemers toereikend niveau. De leveranciers op hun beurt zeggen dat ze dit niet kunnen doen omdat hun marges te klein zijn. En overheden willen de minimumlonen niet laten stijgen omdat ze vrezen dat de productie dan naar een ander land verplaatst. Deze impasse kan alleen worden doorbroken als merken zich houden aan een concreet bedrag.

Bedrijven zouden zich om diverse redenen moeten houden aan benchmarks voor leefbare lonen. Door een leefbaar loon concreet te maken en een bedrag te noemen, kunnen de arbeidskosten worden berekend en opgenomen in prijsspecificaties. Vervolgens kunnen bedrijven ervoor zorgen dat leveranciers voldoende geld krijgen voor het betalen van een leefbaar loon. 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. Als bedrijven een realistische benchmark voor leefbaar loon hanteren, biedt dit ook ruimte voor loononderhandelingen tussen werknemers en fabriekseigenaren. Momenteel leveren deze onderhandelingen meestal niets op, omdat fabriekseigenaren zeggen dat ze door de lage verkoopprijzen niet meer kunnen betalen. Maar als vakbonden en arbeidsorganisaties weten dat de merken die in hun fabriek worden geproduceerd voorzien in een bepaald leefbaar loon, is er wel ruimte voor deze onderhandelingen en kan een leefbaar loon realiteit worden.

Toelichting bij de tien stappen naar een leefbaar loon

BEDRIJVEN MOETEN:

- | | | |
|--|---|--|
| 1.
het principe van een leefbaar loon opnemen in het bedrijfsbeleid | 2.
de vrijheid van vakvereniging eerbiedigen | 3.
de dialoog aangaan met vakbonden en andere groeperingen die opkomen voor de rechten van werknemers |
| 4.
zich publiekelijk verplichten tot het gebruik van een benchmark voor leefbare lonen; | 5.
hun inkooppraktijken aanpassen | 6.
pilotprogramma's uitvoeren met leveranciers, vakbonden en arbeidsorganisaties |
| 7.
overheden van productielanden aansporen zich in te zetten voor een leefbaar minimum-loon; | 8.
transparanter te werk gaan; | 9.
samenwerken met andere stakeholders |
| 10.
een routekaart presenteren met een concrete planning voor de invoering van een leefbaar loon. | | |

Dit eisen we van bedrijven

Het kader van dit onderzoek is gebaseerd op de door de Asia Floor Wage Alliance geformuleerde eisen. Deze organisatie publiceerde in 2011 haar 'Roadmap to a living wage', bestaande uit tien belangrijke stappen die merken en retailers moeten zetten om aan te tonen dat ze zich inzetten voor het garanderen van een leefbaar loon. Deze aanbevelingen staan niet op zichzelf, maar vormen samen een routekaart. Helaas is er geen gouden formule voor de invoering van een leefbaar loon. Het leefbaar loon moet volgen uit een serieuze opvolging van een aantal (of liefst alle)aanbevelingen in het stappenplan.

Deze eisen sluiten grotendeels aan bij de vier belangrijkste terreinen waarop volgens de Schone Kleren Campagne en haar partners actie moet worden ondernomen:

1. Medezeggenschap voor werknemers

Vrijheid van vakvereniging en het recht op collectieve onderhandelingen zijn belangrijke 'machtigingsrechten'. Wanneer deze rechten worden geëerbiedigd, kunnen werknemers ze gebruiken om erop toe te zien dat ook andere arbeidsvoorwaarden (zoals een leefbaar loon) worden gewaarborgd. Een leefbaar loon moet een bedrag zijn dat door onderhandeling wordt vastgesteld. Daarom is medezeggenschap van werknemers volgens ons zo belangrijk. Werknemers kunnen echter pas collectief onderhandelen als ze zich kunnen aansluiten bij een vakbond of er een kunnen oprichten. Helaas moeten ze daarvoor vaak talloze hindernissen overwinnen. Onafhankelijke vakbonden worden door veel overheden beperkt, ondermijnd, gehinderd of zelfs verboden. Veel werkgevers hebben een vijandige houding ten opzichte van vakbonden en gebruiken allerlei middelen om te voorkomen dat ze worden opgericht. Denk daarbij aan intimidatie, discriminatie, ontslag, het aanleggen van zwarte lijsten en zelfs lichamelijk geweld. Merken moeten deze tendens op een proactieve manier doorbreken en erop toezien dat de vrijheid van vakvereniging in de praktijk wordt geëerbiedigd.

Praktische stappen waarop we in het onderzoek hebben gelet zijn: een heldere communicatie van het beleid ter ondersteuning van vrijheid van vakvereniging en het recht op collectieve onderhandelingen voor alle stakeholders; trainingen op het gebied van deze rechten voor een aanzienlijk deel van de werknemers en het management; de garantie dat werknemers zich mogen organiseren en het bevorderen van het contact tussen leveranciers en vakbonden; het instellen van een geloofwaardige en goed functionerende klachtenregeling; en het streven naar een beperking van kortlopende contracten, die vaak de vorming van vakbonden in de weg staan.

2. Inkooppraktijken en benchmarks

De inkoopstrategieën van internationale inkopers en de druk om de kosten te verlagen, dragen vaak bij aan trends die leiden tot lagere lonen, loonschendingen, misbruik door het management en lange werkdagen voor werknemers. De prijsdruk op leveranciers is immens en maakt het steeds moeilijker om loonsverhogingen te eisen en mogelijk te maken, zelfs wanneer er vakbonden zijn. De Schone Kleren Campagne vindt dat leveranciers voldoende moeten worden gecompenseerd voor de kosten met betrekking tot het naleven van compliance-eisen. Dit betekent dat prijsontwikkelingen er niet toe mogen leiden dat leveranciers geen fatsoenlijke werkgevers meer kunnen zijn. De internationale inkopers moeten er zeker van zijn dat de prijs die ze betalen minimaal de betaling van een leefbaar loon mogelijk maakt. Tegelijkertijd moeten internationale inkopers ook laten zien dat ze bereid zijn om langdurige relaties aan te gaan met hun leveranciers. Ook de levertijden en de capaciteit van fabrieken moeten in acht worden genomen om te voorkomen dat overwerk vanzelfsprekend wordt. Verder kunnen inkopers veranderingen op een positieve manier stimuleren door middel van aanmoedigingspremies voor leveranciers met 'best practices'.

Praktische stappen waarop we in het onderzoek hebben gelet zijn: het hanteren van bedragen in benchmarks voor leefbare lonen in de belangrijkste productielanden en een aantoonbaar gebruik ervan; gebruik van inkoop-systemen waarbij de loonkosten worden gespecificeerd in de FOB prijs (de prijs die aan leveranciers wordt betaald, oftewel 'free-on-board'); open dialoog over de kosten met leveranciers; bij voorkeur inkopen bij fabrieken die hoge normlonen hanteren of de oprichting en activiteiten van onafhankelijke vakbonden toestaan; en activiteiten die de toeleveringsketen in stand houden.

3. Samenwerking

Om het probleem van de te lage lonen op te kunnen lossen, moet een aantal belangrijke spelers in de toeleveringsketen bereid zijn samen te werken: de merken, leveranciers, vakbonden (lokaal, nationaal en internationaal), werkgeversorganisaties en overheden. Dit houdt in dat alle betrokken partijen een vertrouwens- en samenwerkingsrelatie met elkaar moeten opbouwen. Daarnaast speelt de bereidheid tot transparantie een belangrijke rol. Ook de merken moeten actief samenwerkingsrelaties aangaan met bedrijven en arbeidersvertegenwoordigers. Van vitaal belang bij dit alles is de betrokkenheid van werknemers en hun organisaties bij het ontwikkelen en implementeren van projecten die moeten leiden tot hogere lonen. Vaak worden deze partners vergeten of slechts vluchtig geraadpleegd.

Praktische stappen waarop we in het onderzoek hebben gelet zijn: samenwerkingsprojecten met lokale en internationale onafhankelijke vakbonden; centrale betrokkenheid van werknemers bij alle projecten; samenwerkingsverbanden met andere merken; deelname aan geloofwaardige MSI's; het publiekelijk steunen van eisen voor de verhoging van minimumlonen bij de overheden in productie-landen; beschikbaar stellen van leveranciersoverzichten en het streven naar transparant werken.

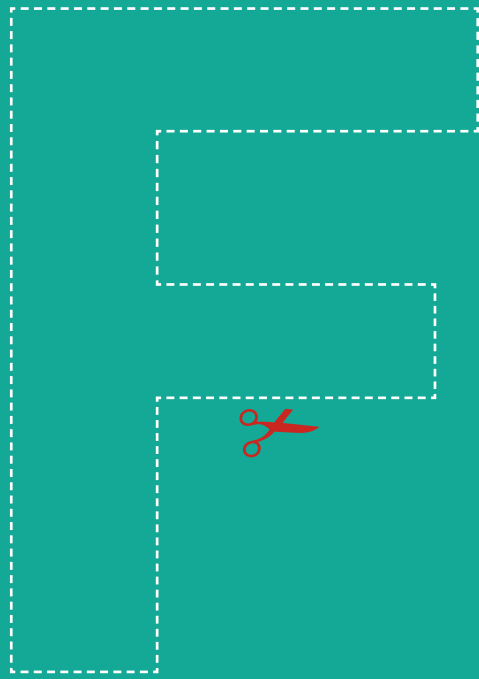
“Van vitaal belang is de betrokkenheid van werknemers en hun organisaties bij het ontwikkelen en implementeren van projecten die moeten leiden tot hogere lonen”.

4. Strategie voor de invoering van een leefbaar loon

Het ontbreken van een integrale aanpak blijft een belemmering voor de invoering van een leefbaar loon. Sommige bedrijven hebben al een standaard voor een leefbaar loon opgenomen in hun gedragscode, maar helaas zijn er erg weinig internationale inkopers met een integraal implementatieplan. Daarom is het van cruciaal belang dat bedrijven transparante en geloofwaardige strategieën hanteren om hun streven naar leefbare lonen daadwerkelijk vorm te geven. Een helder geformuleerde doelstelling over het wat, hoe en wanneer van de veranderingen zorgt voor een duidelijke communicatie tussen alle partijen in de toeleveringsketen.

Praktische stappen waarop we in het onderzoek hebben gelet zijn: publiekelijk uitspreken van het streven naar invoering van een leefbaar loon, met een concrete planning en gedetailleerde strategie; overleg en onderhandelingen met vakbonden en arbeidsorganisaties over deze strategie; betrekken van kwetsbare werknemers; pilotprojecten met realistische loonsverhogingen die zijn op te schalen en modellen opleveren die ook in andere fabrieken kunnen worden toegepast.





Hoe goed doen de bedrijven het nu echt?

Overzicht van opvallende projecten die worden uitgevoerd

In de UN Guiding Principles wordt gesteld dat bedrijven moeten weten en aantonen ('know & show') dat ze de mensenrechten eerbiedigen. Dit houdt in dat bedrijven daadwerkelijke en potentiële schendingen van mensenrechten moeten herkennen en verhelpen.

Met betrekking tot lonen betekent dit dat moet worden beoordeeld of (en zo ja, in welke mate) de huidige lonen te laag zijn voor de basisbehoeften van werknemers en hun gezinnen. Als een dergelijke tekortkoming wordt gesignaleerd, moet worden aangetoond dat eraan wordt gewerkt. In dit rapport wordt een aantal opvallende projecten beschreven, die op verschillende niveaus van innovatie en met wisselend succes blijken te geven van het 'weten en aantonen' van het eerbiedigen van een leefbaar loon. Op de volgende pagina geven we een overzicht van wie er op dit gebied – en in welke mate – actief is.

“Er moet worden beoordeeld of of de huidige lonen te laag zijn voor de basisbehoeften van werknemers en hun gezinnen.”

Arbeidskosten en prijsinnovaties

‘Weten’ wat een leefbaar loon is

Bedrijven die naleving van het recht op een leefbaar loon willen garanderen, moeten eerst weten wat een leefbaar loon is en wat er op dit moment wordt betaald in de toeleveringsketen.

Vier van de vijftig bedrijven in dit onderzoek gebruiken een volgens ons geloofwaardig hulpmiddel voor het benchmarken van een leefbaar loon. Hiermee worden daadwerkelijke bedragen gekoppeld aan de definitie van een leefbaar loon, zodat bedrijven de doelstelling die ze nastreven kunnen kwantificeren en communiceren. Bestseller, G-Star, New Look en Puma hebben inmiddels loonladders ingevoerd, die ook de AFW bevatten. Dit is voornamelijk mogelijk gemaakt door de loonladder-tool van de Fair Wear Foundation, die loon-benchmarks heeft ontwikkeld voor een aantal productielanden, met daarin onder meer minimumloonniveaus, standaarden in de industrie, eisen van lokale vakbonden en de AFW. Sommige merken gebruiken deze tool tijdens hun auditprocedure om met leveranciers te overleggen hoe ze hoger op de loonladder kunnen komen.

Voor wat betreft de inkooppraktijken hebben twee bedrijven – M&S en Primark – ons informatie gestuurd over de manier waarop ze de arbeidskosten van elk product berekenen. Zo weten ze welk bedrag ze hiervoor moeten reserveren bij hun interne prijsbepaling.

‘Aantonen’ dat een leefbaar loon wordt gehanteerd

De tweede stap voor de naleving van het recht op een leefbaar loon is het aantonen dat er een leefbaar loon wordt betaald. Hierbij hoort ook dat bedrijven zich publiekelijk inzetten voor een leefbaar loon. In 2013 werd H&M toegevoegd aan de lijst (waar M&S al op stond) van bedrijven die zich publiekelijk uitspraken voor een leefbaar loon en ook maatregelen namen op dit gebied. Beide merken hebben ook publiekelijk beloofd dat ze overwegen om hogere prijzen te betalen aan leveranciers om zo de kloof tussen de huidige lonen en de leefbare lonen te dichten. De strategieën van beide bedrijven zijn gebaseerd op een combinatie van onderhandelingen met werknemers, efficiency, het berekenen van een eerlijke prijs en de aanpassing van de prijs, en een beter personeelsbeleid. H&M gebruikt geen benchmark voor leefbare lonen en M&S heeft nog geen cijfers gepubliceerd met betrekking tot zijn benchmarking-tool.

‘Bonus’-projecten

Een andere groep merken kiest voor een andere benadering. Dit jaar is een aantal ‘bonus’-projecten gestart, die zijn gebaseerd op afzonderlijke, bonusachtige betalingen aan werknemers, zodat hun lonen op een hoger/leefbaar niveau komen. Lidl maakt melding van een bonusproject dat wordt uitgevoerd in samenwerking met GIZ (het Duitse Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit). Sinds 2011 verhoogt Lidl het loon van de werknemers van een fabriek in Bangladesh met een halfjaarlijkse bonus, die ongeveer even hoog is als een maandloon. Het is niet duidelijk hoe dit bedrag is berekend en of het onderdeel is van een breder plan om ook de lonen in andere fabrieken te verhogen¹¹.

Initiatieven ten behoeve van de vrijheid van vakvereniging:

‘Aantonen’ van een duidelijk streven naar vrijheid van vakvereniging

De vrijheid van vakvereniging wordt in de hele kledingindustrie systematisch ondermijnd. Er is een aantal merken dat proactief maatregelen neemt om dit te doorbreken door het maken van formele afspraken. Zo is het Protocol voor Vrijheid van Vakvereniging in Indonesië een formele publieke overeenkomst tussen vijf grote sportkledingmerken die ook in dit rapport worden genoemd (Adidas, Nike, Asics, Puma en New Balance), hun leveranciers en de Indonesische vakbonden. De overeenkomst is gericht op invoering van de vrijheid van vakvereniging in Indonesische sportkledingfabrieken. Na een onderhandelingsperiode van twee jaar werd het akkoord in 2011 ondertekend. Het bevat een aantal praktische stappen die leveranciers en vakbonden zijn overeengekomen voor het mogelijk maken en in stand houden van vakbondsrechten op de werkplek.

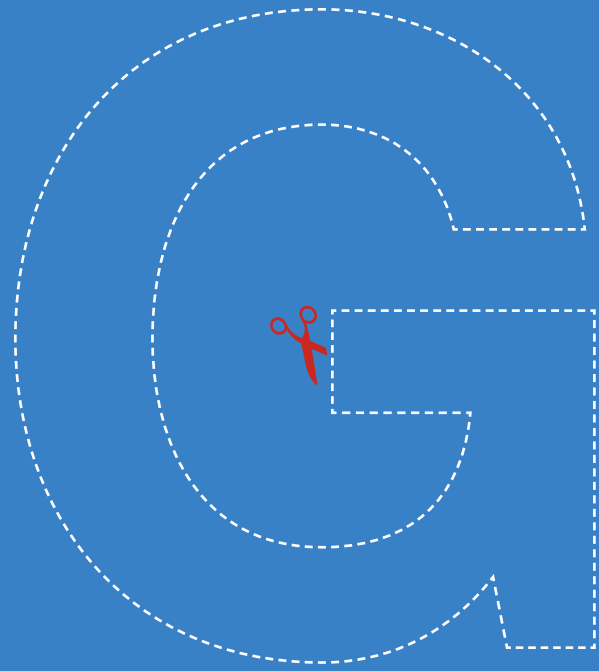
Het gaat onder meer om: de verplichting voor leveranciers om werknemers te informeren dat ze zich mogen verenigen; het recht op het gebruik van vergader- en kantoorruimten in fabrieken; de afspraak dat vakbondsleiders worden vrijgesteld van hun werk voor het uitvoeren van vakbondswerk en het houden van vergaderingen onder werktijd; het recht op gebruik van bedrijfswagens; het mogen vertonen van vakbondsvlaggen in de fabriek; de verplichting dat leveranciers vakbondscontributie inhouden op het loon; en het ter beschikking stellen van prikborden in veelgebruikte fabrieksruimten voor mededelingen van de vakbond. Deze overeenkomst wordt op dit moment geïmplementeerd.

Een andere formele afspraak die de vrijheid van vakvereniging moet garanderen is de internationale raamwerkovereenkomst die Inditex en de internationale kledingvakbond ITGLWF (nu IndustriALL) enkele jaren geleden ondertekenden. Het is niet duidelijk wat deze tot nu toe heeft opgeleverd.

Nog een vermeldenswaardig project is het Joint Turkey Programme van Inditex, die in samenwerking met IndustriALL en twee andere merken relaties binnen de industrie willen verstevigen om op deze manier tot hogere lonen te komen. Ook hiervan zijn nog geen resultaten bekend.

Een laatste project dat het vermelden waard is, is de toezegging van Nike om de kortlopende contracten bij zijn leveranciers te beperken tot maximaal 15% van alle contracten. De tijdelijke contracten worden door werkgevers vaak gebruikt als belemmering voor loonsverhoging en de vrijheid van vereniging (veel werknemers met kortlopende contracten zeggen dat ze zich niet durven aan te sluiten bij vakbonden, omdat ze bang zijn dat hun contract dan niet wordt verlengd). Geen enkel ander merk heeft op dit gebied initiatieven ontwikkeld en we zijn benieuwd naar de resultaten in de praktijk.

¹¹ Ook Switcher en Takko – merken die niet in Nederland verkrijgbaar zijn en daarom niet opgenomen in de vertaling – voeren vergelijkbare projecten uit.



Hoe is dit onderzoek uitgevoerd?

Methodologie

De methodologie van dit onderzoek is als samenwerkingsproject door de Schone Kleren Campagne ontwikkeld met hulp van de Asia Floor Wage Alliance. We hopen dat de resultaten ertoe leiden dat bedrijven leren van het werk van anderen.

Ook hopen we dat deze informatie de samenwerking tussen georganiseerde werknemersinitiatieven en merken stimuleert, zodat een leefbaar loon dichterbij komt. We willen benadrukken dat het onderzoek zich heeft beperkt tot het evalueren van beleid en activiteiten van bedrijven ten behoeve van het verhogen van lonen in fabrieken van leveranciers. De ranglijst houdt geen rekening met de werkelijke hoogte van de lonen. De informatie is niet door een onafhankelijk partij geverifieerd.

De vragenlijst die de bedrijven kregen toegestuurd was rechtstreeks gebaseerd op het paper 'Roadmap to a living wage', die in 2011 is gepubliceerd door de Asia Floor Wage Alliance. Bedrijven werd gevraagd om zeer praktische en concrete informatie te leveren over hun activiteiten op diverse terreinen, van trainingen en aanmoedigingspremies tot benchmarks voor lonen en transparantie. Het doel was het verzamelen van praktische gegevens over genomen initiatieven voor een leefbaar loon. Het onderzoek richtte zich niet op beleid of ideologie, omdat we hebben ervaren dat deze aspecten niet vaak worden gedeeld met de rest van de toeleveringsketen.

Vijftig van de meest invloedrijke of strategisch belangrijke bedrijven die kleding verkopen in Europa werden benaderd om deel te nemen aan het onderzoek. Dit is een mix van retailers op het gebied van mode, sportkleding, budgetkleding en supermarkten. Ook werd een aantal luxe kledingmerken benaderd. Vijftien bedrijven reageerden niet op het onderzoek. Toch hebben we ook van deze bedrijven profielen opgesteld, aan de hand van algemeen beschikbare informatie.

De bedrijven zijn tussen juni en september 2013 benaderd met het verzoek om de vragenlijst in te vullen. We ontvingen hun respons tussen oktober en december 2013. Nadat alle informatie was gelezen en verwerkt, kreeg elk bedrijf een waardering volgens een lijst met criteria en een profiel waarin de voortgang op het gebied van leefbare lonen stond beschreven. De bedrijven kregen voorafgaand aan de publicatie de gelegenheid om te reageren op deze profielen en er correcties in aan te brengen. Tijdens deze fase stelden we ook enkele vervolgvragen ter verheldering van bepaalde punten. Waar nodig werden de profielen aangepast op basis van deze feedback. In het Engelstalige onderzoek zijn 50 kledingmerken onderzocht. Voor deze vertaling hebben we de merken geselecteerd die verkrijgbaar zijn in Nederland.

De inzendingen van de bedrijven werden vergeleken met vooraf vastgestelde criteria en kregen een waardering van 1 tot 10 voor elk van de vier categorieën die volgens de Schone Kleren Campagne aangeven in welke mate bedrijven zich willen inzetten voor het recht op een leefbaar loon.

Reikwijdte van dit onderzoek

Volgens ons zijn de inspanningen van een bedrijf voor een leefbaar loon een goede indicatie van de betrokkenheid van dat bedrijf bij de rechten van werknemers in het algemeen. Vandaar dat we ons in dit onderzoek hebben beperkt tot één enkel onderwerp: het leefbaar loon. Activiteiten op het gebied van vrijheid van vakvereniging, inkooppraktijken en andere thema's zijn eveneens in aanmerking genomen, omdat deze in aanzienlijke mate bijdragen aan verandering.

Het onderzoek beperkt zich tot de rechten van werknemers die kleding maken voor grote retailers. Het behandelt niet de rechten van werknemers die goederen verkopen in Europese winkels, zoals katoenplukkers in Oezbekistan of werknemers die stof spinnen of verven in fabrieken. Ook factoren als het milieu en dierenrechten zijn buiten beschouwing gelaten. Het is mogelijk dat een aantal onderzochte bedrijven innovatieve activiteiten uitvoert op deze gebieden, maar die zijn voor dit onderzoek niet meegewogen.

Het is ook belangrijk om te vermelden dat een aantal bedrijven liet weten dat er activiteiten zijn gepland, maar dat de uitvoering ervan nog niet is begonnen. Deze activiteiten hebben geen beoordeling gekregen, omdat we onze evaluatie wilden baseren op veranderingen die al zijn bewerkstelligd. Voor zover van toepassing zijn deze toekomstplannen wel opgenomen in de profielen; we zullen de voortgang ervan bekend te maken via onze website zodra we er meer over horen.

Toelichting profielen

De profielen in dit rapport zijn gebaseerd op informatie die we van de merken en retailers zelf hebben ontvangen, deels aangevuld met algemeen beschikbare informatie.

Let op: onze methodologie is niet volmaakt

Onze profielen kunnen zowel zijn gebaseerd op de initiatieven die individuen binnen bedrijven hebben vermeld in hun respons als op initiatieven die daadwerkelijk in de praktijk zijn gebracht. Dat is geen probleem, want transparantie en het nemen van verantwoordelijkheid voor andere stakeholders zijn belangrijke onderdelen van ethisch verantwoord werken. Niettemin is het voor de uiteindelijke beoordeling belangrijk om andere beschikbare informatiebronnen te raadplegen. We hebben hoe dan ook geprobeerd om alle informatie die is opgenomen in de profielen te toetsen bij hen die een meer gedetailleerde kennis hebben van de werkwijze van de betreffende bedrijven.

Waarderingen

We hebben elk bedrijf voorzien van een kleur en een infographic, zodat je kunt zien wat de voortgang van een bedrijf is op weg naar een leefbaar loon. Hoewel deze kleuren geen indicatie zijn van de daadwerkelijke lonen die de werknemers in de toeleveringsketen verdienen, maakt deze classificatie wel duidelijk welke bedrijven meer actie zijn gaan ondernemen om veranderingen teweeg te brengen.

Bedrijven hebben een waardering gekregen van 1 tot 10 in vier categorieën die allemaal bijdragen aan een degelijke strategie voor de invoering van een leefbaar loon. Het einde van het gekleurde gebied op elke as geeft deze waardering aan. In totaal waren er veertig punten te behalen. De algehele beoordeling van het bedrijf is aangegeven met een kleur volgens de onderstaande coderingen.

Kleurcoderingen



Bedrijven die niet reageerden op ons onderzoek of bedrijven die dit wel deden maar de vragenlijst niet invulden



Bedrijven die vrijwel niets doen om te garanderen dat werknemers een leefbaar loon krijgen



Bedrijven die de noodzaak van een leefbaar loon onderkennen, maar er nauwelijks iets voor doen



Bedrijven die aangeven dat ze werken aan leefbare lonen, maar waarvan de oplossingen nog niet overtuigend zijn



Bedrijven die zijn begonnen met initiatieven voor hogere lonen, maar nog niet genoeg doen



Bedrijven die zich in aanzienlijke mate inzetten voor de betaling van een leefbaar loon en dit kunnen aantonen met inmiddels verhoogde lonen

Opmerking: geen van de bedrijven heeft bereikt dat arbeiders die hun kleding produceren een leefbaar loon krijgen. Geen enkel bedrijf heeft voor dit onderzoek een 'groene' beoordeling gekregen.

Voorbeeld van een graphic

Deze graphic geeft aan dat een bedrijf een 1 scoorde voor 'empowerment van arbeiders' en een 0,5 voor 'commitment en uitvoering'. Ook is te zien dat er niets is gedaan op het gebied van 'strategie' en 'samenwerking'. Onze algehele beoordeling van dit bedrijf is 'zwart': het doet vrijwel niets om te garanderen dat de werknemers die de kleding maken een leefbaar loon krijgen. Bij alle gevallen worden de redenen voor de toegekende waarderingen uitgebreid in de tekst toegelicht.

Empowerment van arbeiders:



Commitment en uitvoering:



Samenwerking:

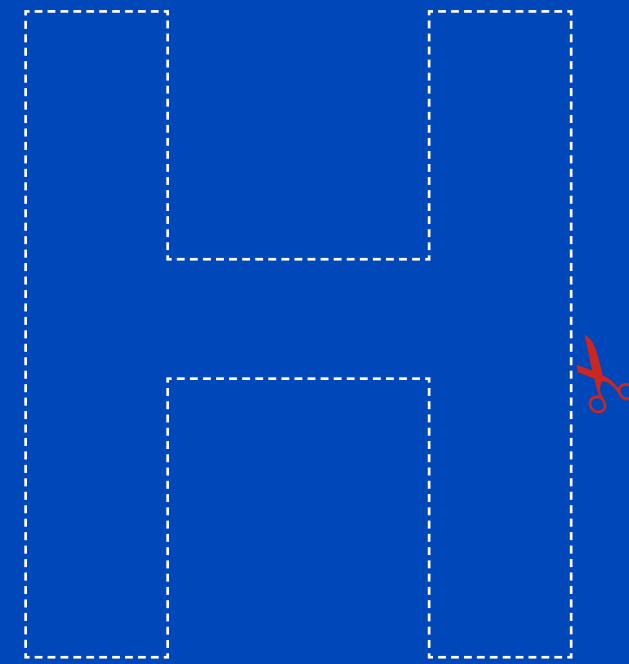


Strategie:



Totale score:



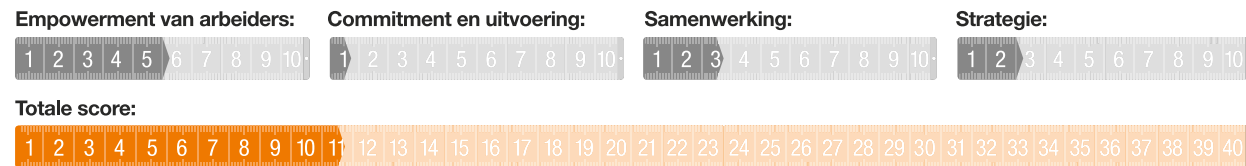


Profielen bedrijven/ merken

Adidas Group

Enig
Initiatief

Merken: Adidas, Reebok, TaylorMade, Rockport



Standpunt van Adidas over een leefbaar loon:

“De Adidas Group heeft het vraagstuk over eerlijke lonen onderzocht en is tot de conclusie gekomen dat, om het algemeen welzijn van de arbeiders te verbeteren, de beste manier is om op bedrijfsniveau met onze zakelijke partners samen te werken aan het promoten van transparante loonbepalingsmechanismen die met directe input van de arbeiders zijn ontwikkeld...”

“Hoewel we het werk waarderen van de arbeids-NGO's om de Asia Floor Wage te ontwikkelen, en erkennen dat het een nuttig referentieloon vormt dat door het maatschappelijk middenveld en de internationale vakbonden wordt gesteund, vragen wij onze leveranciers niet om een opgelegde leefbaar loonmethodologie te volgen bij het in rekening brengen van de kosten van levensonderhoud voor arbeiders. We blijven dit onderwerp verder onderzoeken via onze betrokkenheid bij het Fair Wage Network.”

Wat wij vinden:

Adidas werkt aan een evaluatie van zijn loonpraktijken in Azië, maar als bedrijf is het nog steeds niet bereid om te definiëren wat een leefbaar loon in desbetreffende business betekent. Door dat niet te doen en door de verantwoordelijkheid betreffende de lonen in de leveranciersfabrieken door te schuiven naar de fabrikseigenaren, zullen de significante veranderingen die arbeiders nodig hebben, nooit plaatsvinden. Adidas moet een bedrag voor een leefbaar loon bepalen en zijn prijsstelling aanpassen om de betaling ervan mogelijk te maken.

Benchmarks voor leefbare lonen?

Nee.

Empowerment van arbeiders:

Adidas zegt: “Wij moedigen onze leveranciers aan om te zorgen voor een klimaat waarin zij zich niet inmengen met vakbondsactiviteiten, en om werkzame systemen voor de communicatie tussen arbeiders en management te implementeren.” Er vonden trainingen plaats voor de arbeiders en het fabrieksmanagement over vrijheid van vereniging, die 15 procent van de leveranciers bereikten. Ook werd melding gemaakt van een aantal experimenten met het afkondigen van de garantie op het ‘vakverenigingsrecht’. Adidas bracht een klachtenmeldpunten voor arbeiders via affiches onder de aandacht in alle erkende leveranciersfabrieken. De meldpunten worden onafhankelijk beheerd door NGO's en de klachten worden behandeld door personeel van Adidas Azië. Indien de klacht wordt betwist, worden de arbeiders/vakbonden aangemoedigd om een klacht in te dienen bij de Fair Labor Association. Adidas is ook bezig met het opzetten van een klachtenlijn via sms. De klachten worden behandeld door “onafhankelijke derden”.

Commitment en uitvoering:

Adidas heeft een lijst van “strategische leveranciers” bij wie het 85 procent van zijn bestellingen plaatst en “moedigt uitbesteding niet aan”. Adidas zegt: “Wij hebben in het verleden in bepaalde landen diepgaande loonstudies uitgevoerd en zijn wereldwijd in vijf verschillende lage-loonlanden bezig met ‘Fair Wage Assessments’.” Adidas gebruikt momenteel het wettelijk minimumloon of het standaardloon in de industrie als referentie om te controleren of zijn fabrieken een eerlijk loon uitbetalen.

Samenwerking:

Adidas heeft in Indonesië in samenwerking met vakbonden en NGO's een protocol over de vrijheid van vereniging ontwikkeld dat het mogelijk maakt om de arbeiders in zijn leveranciersfabrieken bepaalde, zeer praktische rechten te verstrekken. Dit protocol is ondertekend door fabrieksmanagers en vakbonden.

Strategie:

Adidas zegt dat zijn werk inzake Fair Wage Assessments “individuele leveranciers – en de Adidas Group – zal helpen om voor elk van de Fair Wage-dimensies, de nodige managementpraktijken te identificeren. Deze zullen tijdens de komende vijf jaar geleidelijk uitgerold worden.” Dit werk “omvat het in overweging nemen van benchmarks voor leefbare lonen.” Er werden geen aanwijzingen gegeven van wat deze benchmarks zijn, of wanneer en hoe deze zullen worden toegepast zodat de reële lonen omhoog kunnen gaan.

Productieoverzicht:

- » Aantal leveranciers: 977 eerstelijnsleveranciers, 132 onderaannemers.
- » Voornaamste productielanden: China, Vietnam, Japan, Indonesië, Brazilië.
- » Adidas publiceert een volledige, openbare lijst met namen en adressen van leveranciersfabrieken.

Onze opmerkingen:

Het is teleurstellend dat zo'n groot bedrijf als Adidas nog steeds geen serieuze strategie voor een leefbaar loon heeft geïmplementeerd, en enkel controleert of zijn leveranciers in hun fabrieken een minimumloon betalen. Hoewel Adidas zegt dat het “de kwestie van eerlijke lonen onderzoekt” via zijn lidmaatschap in het Fair Wage Network, is dat niet hetzelfde als een betrokkenheid bij echte actie om de lonen in de leveranciersfabrieken te verhogen. Gegevens verzamelen en meer leren over het probleem is niet wat we nu nodig hebben.

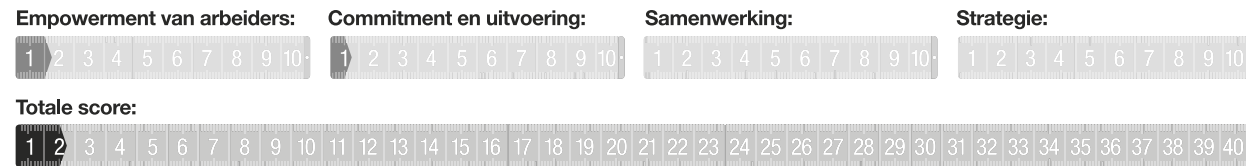
Adidas lijkt als bedrijf wel over uitgebreide systemen te beschikken om zijn verantwoordelijkheden voor de productieketen na te laten leven, en zijn werk in Indonesië met de vakbonden om een vrijheid-van-verenigingprotocol te ondertekenen, is lovenswaardig. We willen graag meer van dit soort betrokkenheid zien, en dan voor het aanpakken van hongerlonen.

Adidas moet zijn aanzienlijke koopkracht en invloed gebruiken om verandering bij zijn leveranciers te stimuleren door te kiezen voor leveranciers die betere lonen betalen, en ook door het bijsturen van zijn eigen interne kostprijsberekening, zodat alle arbeiders die zijn producten maken op een leefbaar loon kunnen rekenen. Voor ons is het essentieel dat bedrijven duidelijke benchmarks vastleggen om het mogelijk te maken na te gaan of de lonen tegemoetkomen aan de basisbehoeften van de arbeiders, en om rekening te houden met deze loondoelstellingen bij de kostprijsberekening van de producten.

Helaas lijkt het management van Adidas de tegenovergestelde richting uit te gaan: de CEO van Adidas, Herbert Hainer, zei in een recent artikel dat het bedrijf van plan is om de productie elders verder uit te bouwen, omdat het minimumloon in China zo sterk gestegen was. Dit soort pesterijen van internationale bedrijven geeft Aziatische regeringen de boodschap dat als de lonen omhoog gaan, de kopers zullen vluchten, en stimuleert een neerwaartse loonspiraal binnen de industrie. Adidas heeft een koerswijziging nodig als zijn inzet voor ‘Fair Wage’praktijken meer dan lege mvo-retoriek wil worden.

Aldi Noord & Aldi Zuid

Merken: Aldi



Standpunt van Aldi over een leefbaar loon:

“Onze code schrijft voor dat het wettelijk minimumloon uitbetaald moet worden. Dat wettelijk minimumloon moet op een niveau liggen dat tegemoetkomt aan de basisbehoeften van de arbeiders en ook een stuk besteedbaar inkomen biedt.

Aangezien dat vaak niet het geval is, steunen wij de door BSCI (Business Social Compliance Initiative) nagestreefde veranderingen voor de uitbetaling van een leefbaar loon.

Wij geloven dat het essentieel is om het belang te benadrukken van een holistische benadering van het vraagstuk over een eerlijke beloning van arbeiders.”

Wat wij vinden:

Aldi Noord en Aldi Zuid leverden weinig bewijs van enige inspanning om het probleem van de lage lonen aan te pakken. Hun businessmodel, om honderd procent van hun goederen via agentschappen in te kopen, betekent dat ook dat hun betrokkenheid bij mensenrechten (zoals het recht op een leefbaar loon) uitbesteed wordt, maar dat doet niets af aan hun verantwoordelijkheid om ervoor te zorgen dat die rechten worden nageleefd.

Geen verantwoordelijkheid

Benchmarks voor leefbare lonen?

Nee.

Empowerment van arbeiders:

Aldi Noord en Aldi Zuid zeggen: “Dit recht (op vrijheid van vereniging en het recht op collectieve onderhandelingen) is duidelijk opgenomen in de BSCI-gedragcode, die duidelijk zichtbaar in de fabriek moet worden geplaatst.” Aldi Noord en Aldi Zuid vertelden ons ook over het Aldi Factory Advancement Project, “een dialoogprogramma waarbij de arbeiders en het fabrieksmanagement betrokken zijn. Het doel van het project is om de deelnemers methodes, communicatie- en conflictbeheersingstechnieken te leren toepassen om de sociale problemen in hun productiefaciliteiten op te lossen.” Het project is in september 2013 van start gegaan.

Commitment en uitvoering:

Er werden geen benchmarks voor leefbare lonen vermeld. Aldi Noord zegt: “Wij geloven dat langdurige en eerlijke relaties, cruciale factoren zijn in de samenwerking met onze leveranciers. In deze context steunt Aldi Noord zijn leveranciers door duidelijke richtlijnen en instructies te bieden. Leveranciers hebben een brede transparantieverplichting voor alle contracten met Aldi Noord, zodat de verbetering van de omstandigheden in de productiefaciliteiten actief gestimuleerd en gecontroleerd kan worden.” Aldi Zuid gaf ons precies hetzelfde antwoord, met zijn naam in plaats van Aldi Noord. De benadering van Aldi Noord en Aldi Zuid is gebaseerd op auditing en op de BSCI-normen.

Samenwerking:

Aldi Noord en Aldi Zuid zijn lid van BSCI, maar vermelden in dat kader geen betrokkenheid bij loongerelateerd werk.

Strategie:

Aldi Noord en Aldi Zuid gaven geen details over strategieën die moeten garanderen dat arbeiders in hun fabrieken een leefbaar loon uitbetaald krijgen.

Productieoverzicht:

- » Aantal leveranciers: Noch Aldi Noord, noch Aldi Zuid heeft hier informatie over verstrekt.
- » Voornaamste productielanden: Noch Aldi Noord, noch Aldi Zuid heeft hier informatie over verstrekt.
- » Beide bedrijven verklaren dat ze honderd procent van hun bestellingen via agentschappen of tussenpersonen plaatsen. Noch Aldi Noord, noch Aldi Zuid publiceert een volledige, openbare lijst met namen en adressen van leveranciersfabrieken.

Onze opmerkingen:

Aldi Noord en Aldi Zuid verklaren dat ze met geen enkele leveranciersfabriek een directe zakelijke relatie hebben. Dat betekent dat hun invloed op de rechten van de mensen die hun kleren maken, zoals het recht op een leefbaar loon, vrijwel nihil is. Dat doet echter niets af aan hun verantwoordelijkheid om zich hiervoor in te zetten. Voor ons moet due diligence inzake het recht op een leefbaar loon veel meer zijn dan alleen het laten uitvoeren van audits.

Het Aldi Factory Advancement Project, dat tot doel heeft om een betere dialoog tussen de arbeiders en het fabrieksmanagement te promoten, is bemoedigend – maar het is onduidelijk wat het project zal bereiken. Wij hopen dat zij erin slagen om onafhankelijke vakbonden bij dit werk te betrekken, en deze nieuwe dialoog gebruiken om het recht op collectieve onderhandelingen te steunen. Zowel Aldi Noord als Aldi Zuid zegt dat ze via het werk van BSCI verandering steunen inzake de betaling van een leefbaar loon. Voor ons is het onduidelijk welk werk BSCI met betrekking tot dit onderwerp verricht. Bovendien werd geen bewijs geleverd van Aldi's betrokkenheid bij dit werk. Zowel Aldi Noord als Aldi Zuid moet zijn eigen verantwoordelijkheden serieus gaan nemen, en ervoor zorgen dat de lonen van de mensen die hun producten maken, voldoen aan hun basisbehoeften, en zorgen dat er een geschikte strategie wordt goedgekeurd voor het betalen van een leefbaar loon in eigen leveranciersfabrieken.

Armani

Niets te vertellen

Merken: Giorgio Armani, Armani Collezioni, Emporio Armani, EA7, Armani Jeans, Armani Exchange, Armani Junior

Empowerment van arbeiders: Commitment

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

1 2 3 4

Totale score:

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14

**INFO
NODIG!**

Strategie:

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40

Standpunt van Armani over een leefbaar loon:

We hebben de website en de gedragscode van dit bedrijf bekeken en dit is de enige informatie die we konden vinden over dit onderwerp:

“Onze werknemers kunnen rekenen op een eerlijke behandeling wat betreft lonen, voorzieningen en arbeidsomstandigheden, inclusief een veilige en gezonde werkomgeving. We doen geen zaken met bedrijven die anders handelen.”

Wat wij vinden:

Dit bedrijf reageerde niet op ons verzoek om meer informatie en de summiere informatie op hun website zegt weinig. We kunnen daarom met recht uitgaan van het ergste en aannemen dat het bedrijf niets doet aan ethisch verantwoord zakendoen.

Benchmarks voor leefbare lonen?

Nee.

Productieoverzicht:

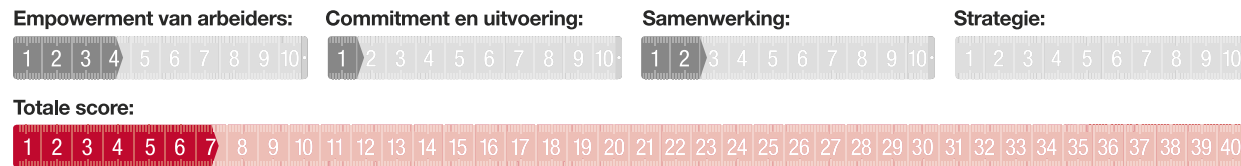
- » Aantal leveranciers: Armani heeft hier geen informatie over verstrekt.
- » Voornaamste productielanden: Armani heeft hier geen informatie over verstrekt.
- » Armani publiceert geen volledige, openbare lijst met namen en adressen van leveranciersfabrieken.



Asics

Kan
beter

Merken: Asics, Onitsuka Tiger, Haglöfs



Standpunt van Asics over een leefbaar loon:

“ASICS onderkent dat er problemen zijn met betrekking tot eerlijke lonen in onze industrie en ook dat er behoefte is aan een duidelijk mechanisme voor het bepalen van een eerlijk loon dat zich niet alleen richt op een leefbaar loon. ASICS hanteert nog geen eigen definitie van een leefbaar loon, omdat we vinden dat een bredere aanpak beter is. (...)”

“In plaats van het hanteren van een van de bestaande definities van een leefbaar loon, streven we als groep liever naar een bredere overeenstemming inzake eerlijke lonen, waarbij ook andere rechten van arbeiders en werkomstandigheden zijn betrokken. Een leefbaar loon kan hiervan een onderdeel zijn. De afspraken en definities van de IAO (Internationale Arbeidsorganisatie) met betrekking tot eerlijke lonen zijn voor ons bedrijf een belangrijk uitgangspunt. (...)”

“In 2014 is de kwestie van eerlijke lonen een van de prioriteiten van de ASICS Groups in het kader van verantwoord ondernemen.”

Wat wij vinden:

ASICS onderschrijft het principe van een leefbaar loon, maar hanteert in de praktijk het wettelijk minimumloon of de benchmark van de industrie. Goede bedoelingen zijn niet veel waard als er geen daadwerkelijke acties uit volgen. En wat betreft die “bredere aanpak”: wat is belangrijker dan dat een loon voldoende moet zijn om van te kunnen leven? Dit lijkt ons toch de basis.

Benchmarks voor leefbare lonen?

Nee.

Empowerment van arbeiders:

ASICS zegt: “We verwachten van onze leveranciers dat ze niet alleen onze beleidsbepalingen (zoals de vrijheid van vereniging) naleven, maar ook dat ze ervoor zorgen dat arbeiders op de hoogte zijn van onze normen en hun rechten, en dat ze deze begrijpen. Dit kan door ons beleid in de lokale taal te publiceren in de productiefaciliteiten, maar ook door het trainen van nieuwe medewerkers, periodieke opfriscursussen en het op papier of anderszins uitdelen van arbeidersrechten en beleidsbepalingen. Zelf geven we trainingen aan het management van de fabrieken (bijvoorbeeld tijdens audits), maar deze kunnen ook worden verzorgd door lokale partners zoals Better Factories Cambodia.”

Commitment en uitvoering:

ASICS heeft geen benchmarks voor leefbare lonen verstrekt. Het bedrijf zegt dat zijn inkoopteams nauw samenwerken met de mvo-teams, maar er is verder niet toegelicht wat dit precies inhoudt of hoe dit leidt tot betere lonen.

Samenwerking:

ASICS heeft in Indonesië samengewerkt met vakbonden en ngo's aan een protocol voor vrijheid van vereniging, dat is ondertekend door fabrieksmanagers en vakbonden. Hierdoor hebben de arbeiders in de leveranciersfabrieken nu een aantal zeer praktische rechten. Haglöfs, een merk van ASICS, is lid van de Fair Wear Foundation en nam onlangs deel aan een onderzoek naar de ontwikkeling van een leefbaar loon.

Strategie:

ASICS zegt: “We hebben in dit stadium onze specifieke strategie voor leefbare of eerlijke lonen nog niet publiekelijk gecommuniceerd.”

Productieoverzicht:

- » Aantal leveranciers: 228 leveranciers.
- » Voornaamste productielanden: China, Vietnam, Indonesië, Japan, Cambodja.
- » ASICS publiceert geen volledige, openbare lijst met namen en adressen van leveranciersfabrieken.

Onze opmerkingen:

Er is geen concreet bewijs geleverd dat het bedrijf werkt aan de verbetering van lonen, laat staan aan een leefbaar loon voor de arbeiders in de toeleveringsketen van ASICS. ASICS suggereert dat het in de toekomst misschien een strategie voor leefbare lonen gaat ontwikkelen. We hopen dat dit inderdaad gebeurt en dat het bedrijf om te beginnen in zijn beleid opneemt dat het meer wil betalen dan de minimumlonen en de standaarden in de industrie, waarbij arbeiders in armoede blijven leven.

ASICS heeft in Indonesië met lokale vakbonden gewerkt aan een protocol voor de vrijheid van vereniging. Dit is lovenswaardig. We zouden graag zien dat het bedrijf zich net zo betrokken toont bij de aanpak van te lage lonen.

Benetton Group

Niets te vertellen

Merken: United Colors of Benetton, Undercolors of Benetton, Sisley, Playlife

Empowerment van arbeiders:

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Commitment:

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Strategie:

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Totale score:

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20

**INFO
NODIG!**

Standpunt van Benetton over een leefbaar loon:

“De partners binnen de BG (Benetton Group) zorgen ervoor dat de lonen voor een standaardwerkperiode altijd minimaal voldoen aan het wettelijk minimumloon, de standaardlonen voor de industrie of het loon dat is vastgelegd in collectieve arbeidsovereenkomsten.

Het loon moet voldoende zijn om ten minste te voorzien in de basisbehoeften van arbeiders en hun gezinnen, en in andere redelijke behoeften.

Lonen moeten regelmatig en op tijd worden betaald, en moeten aansluiten bij de ervaring, kwalificaties en prestaties van de arbeider.”

Wat wij vinden:

Dit bedrijf reageerde niet op ons verzoek om meer informatie en verstrekt ook weinig informatie op zijn website. In zijn beleid belooft Benetton arbeiders een leefbaar loon, maar het bedrijf heeft niet aangetoond of en hoe er een plan voor een leefbaar loon is geïmplementeerd.

Zolang het tegendeel niet is bewezen, vermoeden we dat er op dit gebied nog weinig is ondernomen.

Benchmarks voor leefbare lonen?

Nee.

Productieoverzicht:

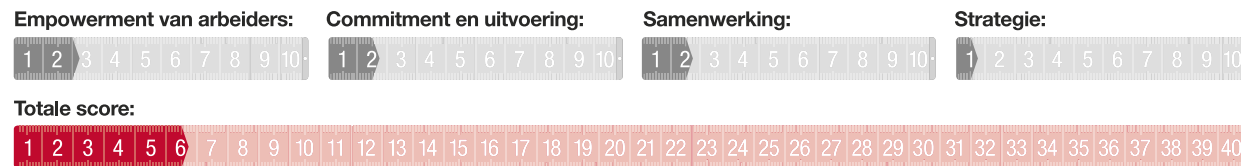
- » Aantal leveranciers: Benetton heeft hier geen informatie over verstrekt.
- » Voornaamste productielanden: Benetton heeft hier geen informatie over verstrekt.
- » Benetton publiceert geen volledige, openbare lijst met namen en adressen van leveranciersfabrieken.



Bestseller

Kan
beter

Merken: Jack & Jones, Vero Moda, Only, Name It, Pieces, Selected, Outfitters Nation, Object Collectors Item, Vila, Clothes, Junarose, Mamalicious



Standpunt van Bestseller over een leefbaar loon:

“De arbeiders hebben minimaal recht op het wettelijk minimumloon, of – als dit hoger is – op het standaardreferentieloon in de industrie, en dit moet volstaan om in hun basisbehoeften te voorzien.

Van leveranciers wordt verwacht dat zij openstaan voor en actief werken aan het bereiken van een duurzame oplossing voor het verstrekken van een leefbaar loon...

Wanneer Bestseller het over ‘leefbaar loon’ heeft, gebruiken we dezelfde definitie als de Asia Floor Wage.”

Wat wij vinden:

Bestseller erkent het principe van een leefbaar loon, maar als bedrijf heeft het nog een lange weg af te leggen voordat dit voor de arbeiders bij zijn toeleveranciers realiteit zal worden. Er werd, afgezien van trainingen voor management en medewerkers, geen bewijs geleverd van inspanningen om de lonen te verhogen tot boven het minimumloon.

Benchmarks voor leefbare lonen?

Nee.

Empowerment van arbeiders:

Bestseller zegt: “We hebben, om het recht op vrijheid van vereniging en collectieve onderhandelingen aan de arbeiders in onze productieketen te communiceren, een poster en boekjes ontwikkeld die de Rechten en Verantwoordelijkheden volgens onze Gedragscode beschrijven. De posters zijn verspreid onder alle productie-eenheden en de boekjes zijn verdeeld onder de 50.000 arbeiders in China, 20.000 arbeiders in Bangladesh en 10.000 arbeiders in Turkije. In Bangladesh hebben we ook een geïllustreerde versie gemaakt voor de arbeiders die analfabeet zijn. Op de posters staat een telefoonnummer voor klachten in verband met de werkomgeving.”

Het management van de top-25 leveranciers van Bestseller kreeg ook een training over vrijheid van vereniging.

Commitment en uitvoering:

Er werden geen benchmarks voor leefbare lonen meege-deeld. Bestseller zegt dat het een loonberekeningsmatrix aan het ontwikkelen is, zodat het de lonen in verschillende landen kan meten en vergelijken.

Bestseller heeft in november 2013 een nieuwe strategie aangenomen die zijn duurzaamheidsactiviteiten tot 2020 zal sturen. Als onderdeel daarvan vermeldde ze het volgende doel: “We zullen over een duidelijk proces beschikken dat onze leveranciers in staat zal stellen om een eerlijk en leefbaar loon te betalen.” Er werd geen verdere informatie verstrekt over wat dit inhoudt.

Samenwerking:

Bestseller is lid van het Deense Ethical Trading Initiative, maar er werd geen werk in het kader van dat initiatief vermeld.

Strategie:

Bestseller heeft geen strategie om te garanderen dat arbeiders in de fabrieken een leefbaar loon uitbetaald krijgen.

Productieoverzicht:

- » Aantal leveranciers: Bestseller heeft hier geen informatie over verstrekt.
- » Voornaamste productielanden: Bestseller heeft hier geen informatie over verstrekt.
- » Bestseller publiceert geen volledige, openbare lijst met namen en adressen van leveranciersfabrieken.

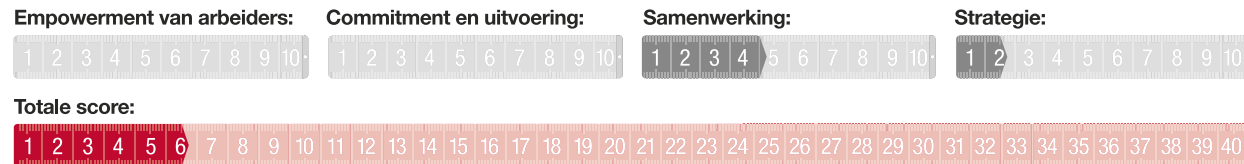
Onze opmerkingen:

Het is positief dat Bestseller erkent dat een leefbaar loon een gezin moet onderhouden en aan diens behoeften moet voldoen. Wij hopen dat zij de Asia Floor Wage-norm prominent zullen opnemen in toekomstige berekeningen om loonmatrices voor hun productielanden te bepalen. Bestseller moet een methode bedenken om dit soort beloftes voor de arbeiders te realiseren – geen gemakkelijke opgave. De betrokkenheid van het bedrijf tot 2020 is een positieve stap in die richting, maar deze moet nu concreet ingevuld worden. We kijken ernaar uit om in de toekomst meer te horen over de vorderingen van het bedrijf.



Kan
beter

Merken: Yessica, Yessica Pure, Your Sixth Sense, Angelo Litrico, Westbury, Canda, Clockhouse, Baby Club, Palomino, Here & There, Rodeo Sport



Standpunt van C&A over een leefbaar loon:

“De gedragscode van C&A zegt: Lonen en andere voordelen moeten volledig overeenstemmen met de plaatselijke normen, moeten voldoen aan de plaatselijke wetgeving en dienen te voldoen aan het algemene principe van eerlijke handel...”

Wij zijn het over het algemeen eens met de fundamentele intentie (van een leefbaar loon), maar er is nog wat onduidelijkheid omdat er nog steeds geen algemeen aanvaarde definitie bestaat van wat een leefbaar loon is, noch is het duidelijk hoe een leefbaar loon moet worden gemeten.”

Wat wij vinden:

C&A doet zeer weinig om te garanderen dat er een leefbaar loon wordt betaald aan arbeiders in de toeleveringsketens. Het aanvaardt niet dat er al een definitie van een leefbaar loon bestaat (iets wat voor ons wel duidelijk is) en heeft dus nagelaten dat in zijn bedrijfspraktijken te verankeren. Teleurstellend.

Benchmarks voor leefbare lonen?

Nee.

Empowerment van arbeiders:

C&A zegt: “Onze contractuele toeleveranciers zijn, door het aanvaarden en ondertekenen van onze gedragscode, verplicht om de vrijheid van vereniging en het recht op collectieve onderhandelingen na te leven, voor zover de nationale wetgeving van elk betreffende land het wettelijk kader schept voor deze rechten. Het is de verantwoordelijkheid van onze contractuele toeleveranciers om het recht van arbeiders op collectieve onderhandelingen te respecteren. Het auditproces van C&A controleert of vrijheid van vereniging en collectieve onderhandelingen in de productie-eenheid in acht worden genomen.”

Commitment en uitvoering:

De C&A Stichting heeft met GIZ (de Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit) samengewerkt aan een programma om de productiviteit en sociale omstandigheden in een aantal leveranciersfabrieken te verbeteren. Het doel van het project was om “de productiviteit te verhogen, de lonen te verbeteren en bij te dragen tot betere sociale omstandigheden”. C&A werkte met dertien fabrieken en 18.683 arbeiders in Indonesië, Cambodja, India en Bangladesh. Het programma leidde tot “een aanzienlijke stijging van de lonen voor de arbeiders, terwijl de HR-systemen en de stimulanssystemen voor de arbeiders verbeterd werden.” Er werden geen concrete cijfers gegeven.

Samenwerking:

C&A heeft in India een partnership van drie jaar met Terre des Hommes om “duizenden voormalige Sumangali-arbeiders uit de (dwangarbeid) te halen, en om te voorkomen dat jonge vrouwen bij zo’n stelsel betrokken raken. Het werk omvat het bezoeken van de dorpen om de ouders van kwetsbare jonge vrouwen te informeren over de gevaren als ze hun dochter toestemming geven om zo’n contract te aanvaarden.”

C&A is lid van het Ethical Trading Initiative (ETI) en heeft gewerkt aan het bepalen van een eerlijk stukloon voor thuiswerkers, om te garanderen dat de lonen hoog genoeg zijn.

C&A zegt: “Wij maken momenteel deel uit van een groep van achttien merken die vooral, maar niet uitsluitend, opgebouwd is rond ETI-leden die elkaar een aantal keren hebben ontmoet en die nu proberen overeenstemming te bereiken over een aantal principes. Wij zien dat als de verantwoordelijkheid van alle betrokken partijen, met inbegrip van de merken, met betrekking tot een ‘leefbaar loon’.”

Strategie:

C&A zegt: “C&A werkt momenteel aan de ontwikkeling van een verbeterd Capacity Building Programma, dat in 2014 zal worden ingevoerd. Dit zal een interne bewustmakingstraining over de inkooppraktijken omvatten.” C&A zegt dat het ook bezig is met het ontwikkelen van een strategie voor de implementatie van een leefbaar loon.

Productieoverzicht:

- » Aantal leveranciers: C&A zei dat er geen gegevens op dit niveau beschikbaar zijn.
- » Voornaamste productielanden: Bangladesh (32%), China (31%), India (12%), Turkije (9%), Cambodja (6%).
- » C&A publiceert geen volledige, openbare lijst met namen en adressen van leveranciersfabrieken.

Onze opmerkingen:

C&A zegt dat er onduidelijkheid bestaat over de definitie van een ‘leefbaar loon’, en dat het dus niet duidelijk is hoe een leefbaar loon gerealiseerd kan worden. Daarop antwoorden wij dat het debat verder geëvolueerd is. De Asia Floor Wage Alliance heeft in 2009 een cijfer bepaald om te definiëren wat een leefbaar loon betekent in termen van koopkracht, en sindsdien zijn diverse genuanceerde systemen tot stand gekomen die bedrijven de mogelijkheid geven om de door hun leveranciers betaalde lonen aan een benchmarkschaal te testen en om dus vooruitgang te meten. Dit excuus om niet proactief te werken aan het betalen van een leefbaar loon is niet langer geldig.

C&A ontloopt zijn verantwoordelijkheid voor het waarborgen van de vrijheid van vereniging, en zegt dat dit de taak van de leveranciersfabrieken is. We zijn het hier niet mee eens. Veel fabrieksmanagers zijn tegen vakbonden en onderdrukken bewust het recht op vrijheid van vakvereniging. Het is essentieel dat de inkopers actief betrokken zijn bij het handhaven van dit recht als we ooit een duurzame stijging van de lonen willen bereiken.

Het project van C&A om de productiviteit en de omstandigheden in dertien fabrieken te verbeteren, lijkt enige vooruitgang te hebben geboekt. C&A zegt: “We kunnen aan de hand van de hogere lonen die nu betaald worden, het succes van dit project aantonen in de fabrieken waarin het geïmplementeerd werd.” Maar er werden geen cijfers verstrekt, dus weten we niet hoe effectief dit is. In het algemeen is onze ervaring met productiviteitsverbeteringsprojecten dat de winsten vaak niet volledig naar de arbeiders doorgesluisd worden, en dat ze kunnen leiden tot meer druk en stress in de werkomgeving en tot onhaalbare doelstellingen – tenzij de vakbonden erbij betrokken worden om feedback te geven over de ervaringen van de arbeiders. Dit soort projecten om de productiviteit te verhogen vormen geen oplossing voor het betalen van een leefbaar loon aan de arbeiders, omdat het niveau van de gerealiseerde winsten zelden een significante loonsverhoging mogelijk maakt.

We hopen dat C&A bij het ontwikkelen van zijn nieuwe strategie voor de implementatie van een leefbaar loon, rekening zal houden met bovenstaande punten.

Charles Vögele Trading AG

Geen
verant-
woordelijk-
heid

Merken: Charles Vögele

Empowerment van arbeiders:



Commitment en uitvoering:



Samenwerking:



Strategie:



Totale score:



Standpunt van Charles Vögele over een leefbaar loon:

“We implementeren in onze internationale toeleveringsketen de gedragscode van BSCI (Business Social Compliance Initiative). Deze gedragscode verplicht ons tot het betalen van het wettelijk minimumloon. Dit wettelijk minimumloon zou moeten voorzien in de basisbehoeften van arbeiders en in een beschikbaar inkomen voor onvoorziene uitgaven. Omdat dit vaak niet het geval is, ondersteunen we via BSCI de activiteiten die zijn gericht op de betaling van een leefbaar loon.

“We willen nadrukkelijk onderstrepen dat een holistische aanpak bij het streven naar een eerlijke beloning van arbeiders van essentieel belang is. In deze context is het belangrijk om zowel de kwalitatieve als de kwantitatieve aspecten van lonen mee te nemen (...) zoals de wijze van betaling, tijdige en formele betaling van lonen, het meewegen van vaardigheden en opleiding van arbeiders bij de bepaling van de lonen en een gelijke behandeling van fulltime, parttime- en stukloonarbeiders.”

Wat wij vinden:

Charles Vögele heeft de antwoorden van BSCI gewoon herhaald, zonder verder in te gaan op de kwesties. Het bedrijf verschuift zich achter BSCI en schuift de verantwoordelijkheid voor het respecteren van arbeids- en mensenrechten af op deze organisatie. Nergens blijkt uit de antwoorden die het bedrijf heeft verstrekt dat ze zich serieus inzetten voor betere loonomstandigheden in hun toeleveringsketen en het verhogen van de lonen tot het niveau van een leefbaar loon.

Benchmarks voor leefbare lonen?

Nee.

Empowerment van arbeiders:

Charles Vögele verwees ons naar de gedragscode van BSCI, waarin de standpunten met betrekking tot vrijheid van vereniging zijn opgenomen. Deze code is zichtbaar in de fabrieken van zijn leveranciers.

Charles Vögele zegt: “Een gepaste informatievoorziening en de training van fabrieksarbeiders (omtrent vrijheid van vereniging en het recht op collectieve onderhandeling) zijn verantwoordelijkheden van de fabrieksleiding, die volgens de gedragscode van BSCI verplicht is om aan deze vereisten te voldoen.”

Het is niet bekend wat deze trainingen inhouden en ook niet of de leveranciers van het bedrijf daadwerkelijk deelnemen aan de trainingen die door BSCI worden aangeboden aan de fabrieksleiding.

Commitment en uitvoering:

Charles Vögele zegt: “De berekening van een lokaal leefbaar loon is onderdeel van de BSCI-audit en gebeurt volgens de SA8000-methode. Deze methode wordt gebruikt voor het analyseren van het verschil tussen de huidige lonen en het leefbare loon (Gap-analyse) en voor de corrigerende actieplannen die na afloop van elke BSCI-audit aan de fabrieken worden verstrekt. Hierin staan de stappen die moeten worden ondernomen om de lonen op het niveau van een leefbaar loon te brengen.”

Het bedrijf beantwoordde geen verdere vragen over de huidige loonniveaus in leveranciersfabrieken en over het beleid en de praktijk op het gebied van inkoop. Charles Vögele zegt dat deze informatie vertrouwelijk is en gevrijwaard van toetsing.

Samenwerking:

Charles Vögele verwees ons naar de strategische documenten op de website van BSCI. Met betrekking tot leefbare lonen verklaarde het bedrijf: “Volgens BSCI kunnen lonen voor arbeiders via lokale wetgeving en onderhandelingen tussen sociale partners op een duurzame manier worden verhoogd. Om invulling te geven aan dit belangrijke concept, is BSCI betrokken bij een netwerk van rondetafelgesprekken (...)” Er zijn geen details bekend over de inhoud van deze rondetafelgesprekken en het is ook niet bekend of leveranciers van Charles Vögele eraan deelnemen.

Charles Vögele werkt niet gezamenlijk met multistakeholderinitiatieven, vakbonden of ngo's aan concrete activiteiten die moeten leiden tot leefbare lonen. Het bedrijf rapporteert niet in het openbaar over loonsituaties en eventuele maatregelen en geboekte vooruitgang ten behoeve van hogere lonen in zijn toeleveringsketen.

Strategie:

Charles Vögele zegt: “De betaling van een leefbaar loon is een doelstelling voor de lange termijn en wordt op fabrieksniveau nagestreefd. Via BSCI werken we met elke fabriek afzonderlijk, omdat de ene fabriek dicht bij het invoeren van een leefbaar loon is en beter in staat is om dit te bereiken, dan de andere. Er zijn dus verschillende maatregelen en ingrepen nodig. Het gaat bij deze strategie in het algemeen om een stapsgewijze aanpak, zoals aangegeven door BSCI. Het BSCI is actief lid van het Fair Wages Network en gelooft in een holistische aanpak van de verbetering van arbeidsomstandigheden en beloningen voor arbeiders.”

Noch Charles Vögele, noch BSCI heeft publiekelijk gecommuniceerd over een duidelijke strategie met meetbare benchmarks en een planning voor het bereiken van een leefbaar loon.

Productieoverzicht:

- » Aantal leveranciers: Charles Vögele zegt dat deze informatie vertrouwelijk is en gevrijwaard van toetsing.
- » Voornaamste productielanden: Azië (90%) – onder te verdelen in China (17%), Bangladesh (41%), India (9%), Pakistan (1%), Indonesië (2%), andere Aziatische landen (19%) – Europa (10%).
- » Charles Vögele publiceert geen volledige, openbare lijst met namen en adressen van leveranciersfabrieken.

Onze opmerkingen:

Charles Vögele schuift de verantwoordelijkheid voor verantwoord ondernemen en het respecteren van mensenrechten grotendeels af op het BSCI.

Het BSCI onderkent in grote lijnen het recht op een leefbaar loon, maar verplicht zijn leden niet tot het betalen van leefbare lonen in hun toeleveringsketens. In de openbaar beschikbare strategische documenten verwijst het BSCI naar de verantwoordelijkheid van de overheden, vakbonden en ngo's voor het invoeren van een leefbaar loon. Maar bedrijven moeten ook hun eigen inkooppraktijk analyseren en hun prijsstructuur en productietijden aanpassen, zodat het voor fabrieken mogelijk wordt om leefbare lonen te betalen. Wat dit betreft, onderneemt het BSCI geen enkele actie.

BSCI wil zich richten op “de kwalitatieve en de kwantitatieve aspecten” van het uitbetalen van lonen. Het is zeker belangrijk dat arbeiders tijdig worden betaald en ook dat hun lonen aansluiten bij hun vaardigheden, maar de salarissen zijn tegenwoordig zo laag dat het belangrijkste probleem voor de meeste fabrieksarbeiders is dat ze zich niet eens primaire behoeften zoals voldoende voeding kunnen veroorloven. Wereldwijd is er een aanzienlijke loonsverhoging nodig in de kleding-, schoenen- en textiel-fabrieken. Daarom moeten merken hogere prijzen betalen aan hun leveranciers. Noch BSCI, noch Charles Vögele wil zich vastleggen op dergelijke stappen.

Nergens blijkt uit de antwoorden van Charles Vögele dat het bedrijf – in samenwerking met leveranciers, arbeiders, vakbonden en ngo's – werkt richting praktische stappen voor de invoering van een leefbaar loon in zijn eigen toeleveringsketen. Het bedrijf maakt zich nauwelijks sterk voor verbeterde rechten van de arbeiders in zijn eigen wereldwijde toeleveringsketen.

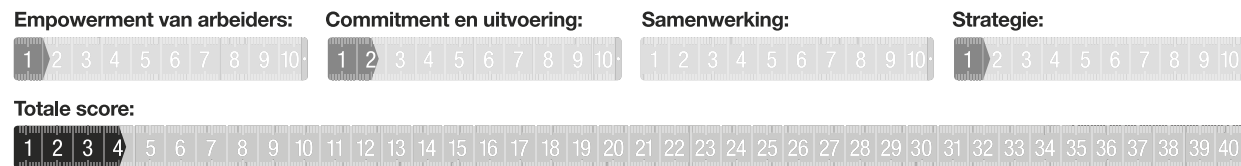
Charles Vögele vertrouwt geheel op de standpunten, standaarden, activiteiten en audits van BSCI, en geeft geen blijk van enige eigen inspanning ten behoeve van een leefbaar loon. Om daadwerkelijke veranderingen tot stand te brengen in de leveranciersfabrieken is er meer nodig dan het afschuiven van verantwoordelijkheden op een initiatief als BSCI. Charles Vögele moet zelf verantwoordelijkheid nemen voor zijn wereldwijde toeleveringsketen en investeren in initiatieven die ertoe leiden dat de rechten van alle arbeiders in die toeleveringsketen worden gerespecteerd. Daartoe hoort ook het recht op een leefbaar loon.



Decathlon

Geen
verant-
woordelijk-
heid

Merken: Artengo, B'twin, Caperlan, Decathlon, Domyos, Equarea, Flx, Fouganza, Inesis, Kalenji, Kipsta, Nabaiji, Newfeel, Novadry, Oxelo, Quechua, Rockrider, Simond, Solognac, Stratermic, Tribord, Wed'ze



Let op: Decathlon is de belangrijkste retail-arm van het Oxyane-netwerk. Oxyane, dat de inkoop voor deze merken beheert, reageerde op deze enquête.

Standpunt van Decathlon over een leefbaar loon:

“Ons bedrijf benadert elk compliance-programma met een stapsgewijze aanpak om de leef- en arbeidsomstandigheden in onze toeleveringsketen te verbeteren. Wij zijn het eens met het principe van de uitbetaling van een leefbaar loon in onze volledige toeleveringsketen.”

Wat wij vinden:

Een groot bedrijf als Oxyane kan het zich niet veroorloven om geen duidelijk standpunt te hebben over de cruciale kwestie van leefbare lonen – een mensenrecht dat de Verenigde Naties de bedrijven in hun richtlijnen aanmanen na te leven.

Het principe van een leefbaar loon erkennen, is niet genoeg. Oxyane moet een verantwoord beleid ontwikkelen dat de betaling van een leefbaar loon mogelijk zal maken voor de arbeiders die zijn producten maken, met inbegrip van werk inzake verantwoorde inkooppraktijken.

Benchmarks voor leefbare lonen?

Nee.

Empowerment van arbeiders:

Oxyane zegt: “Tijdens audits controleren we of de arbeiders vrij zijn om lid te worden van een vakbond of om deel te nemen aan collectieve onderhandelingsactiviteiten, en of er een H&S-commissie is zoals de wet voorschrijft. Als een dergelijke wet niet bestaat, vragen we aan onze leveranciers om een commissie met de arbeidersvertegenwoordigers en het management te organiseren, om de sociale dialoog binnen onze toeleveringsketen op te starten.”

Oxyane gaf naast auditing en voorlichting van de arbeiders ook een paar andere specifieke voorbeelden van acties om de vrijheid van vereniging of de mondigheid van de arbeiders te bevorderen.

Commitment en uitvoering:

Hoewel Oxyane het principe van een leefbaar loon erkent, heeft het bedrijf geen enkele referentie inzake leefbare lonen aangenomen om dit te meten. Oxyane zegt dat het de Fair Wage Approach heeft nagekeken en zichzelf “in lijn” met de aanbevelingen beschouwt.

Samenwerking:

Oxyane gaf geen indicatie van enige activiteiten met andere stakeholders inzake leefbare lonen. Oxyane tekende in juni 2012 een gezamenlijke publieke verklaring gericht aan de minister-president van Bangladesh waarin om een regelmatige stijging van het minimumloon werd gevraagd.

Strategie:

Oxyane zegt dat het over een programma beschikt gebaseerd op een stapsgewijze benadering, om te garanderen dat de arbeiders eerlijke lonen uitbetaald krijgen. Dat programma maakt gebruik van een systeem dat de leveranciers van het bedrijf rangschikt van E naar A. Er werd geen verdere specifieke informatie verstrekt over de implementatie of over hoe dit bijgedragen heeft tot de verbetering van de lonen.

Oxyane zegt dat het van plan is om in 2014 een studie te lanceren om “te analyseren hoe groot de behoefte is om verder te gaan inzake de lonenkwestie.” Het hoopt dat dit zijn leefbaar loonbetrokkenheid zal helpen vormgeven.

Oxyane zegt ook dat het heeft besloten zich te focussen op veiligheidskwesties.

Productieoverzicht:

- » Aantal leveranciers: Oxyane heeft meer dan 1.000 leveranciers.
- » Voornaamste productielanden: Azië, Noord-Afrika, Europa.
- » Oxyane publiceert geen volledige, openbare lijst met namen en adressen van leveranciersfabrieken.

Onze opmerkingen:

Met meer dan 1.000 winkels en 53.000 medewerkers wereldwijd, plus een omzet van meer dan 7 miljard euro in 2012, draagt een grote retailer als Decathlon de verantwoordelijkheid om een sterker mvo-beleid te ontwikkelen.

Oxyane zegt dat het bereiken van een leefbaar loon een “stap-voor-stapbenadering” vergt, maar die vage term en het gebrek aan details in zijn programma doen ons vermoeden dat er in de praktijk niet veel gebeurt. Oxyane lijkt de kern van zijn strategie op auditsystemen te baseren. We zagen weinig signalen van activiteiten inzake inkooppraktijken of prijsstelling die de betaling van een leefbaar loon mogelijk maken. We hopen dat Oxyane zichzelf een meer proactieve rol kan aanmeten in verband met zijn verantwoordelijkheid inzake het recht op een leefbaar loon, in plaats van lijdzaam af te wachten tot zijn leveranciers of andere actoren meer beginnen te betalen.

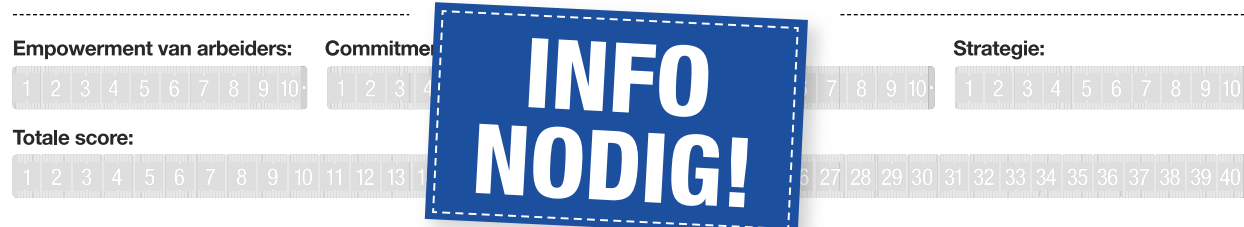
Oxyane lijkt rekening te hebben gehouden met de noodzaak om prioritair aan de lonen te werken, maar heeft momenteel geen strategie inzake de manier waarop het zijn rol als grote afnemer zou kunnen gebruiken om verandering teweeg te brengen. Een sterke definitie van wat het leefbaar loon moet zijn en een sterk beleid om de betaling ervan te garanderen, moeten zo snel mogelijk worden ontwikkeld.

We kijken ernaar uit om, zodra deze beschikbaar zijn, de resultaten van de loonstudie van Oxyane te bestuderen en om meer te horen over de strategie die geïmplementeerd zal worden.

Desigual

Merken: Desigual

Niets te vertellen



Standpunt van Desigual over een leefbaar loon:

Desigual heeft een gedragscode voor leveranciers, die in 2009 werd gepubliceerd. Deze stelt: "Leveranciers en onderaannemers van Desigual moeten garanderen dat het loon van hun werknemers minimaal gelijk is aan het wettelijk minimumloon of – indien dit hoger is – het loon dat is vastgelegd in de arbeidsovereenkomst. Hoe dan ook moet het altijd voldoende zijn om te voorzien in de basisbehoeften van de werknemer."

Desigual stelt ook: "We houden sociale audits via Intertek en we werken aan actieplannen die zijn ontwikkeld door hun eigen team van adviseurs, die in de fabrieken zelf zijn gevestigd."

Wat wij vinden:

Desigual reageerde niet op onze vragenlijst, maar stuurde later wel de gedragscode en het jaarverslag. Op de website van het bedrijf staat niets over leefbare lonen, arbeidersrechten of ethisch verantwoord zakendoen.

We zijn blij te horen dat Desigual een adviseur betaalt om "actieplannen" te ontwikkelen die volgen uit sociale audits. We hopen dat deze plannen ook resulteren in lonen die voorzien in de basisbehoeften. Het lijkt erop dat Desigual nog een lange weg te gaan heeft.

Benchmarks voor leefbare lonen?

Nee.

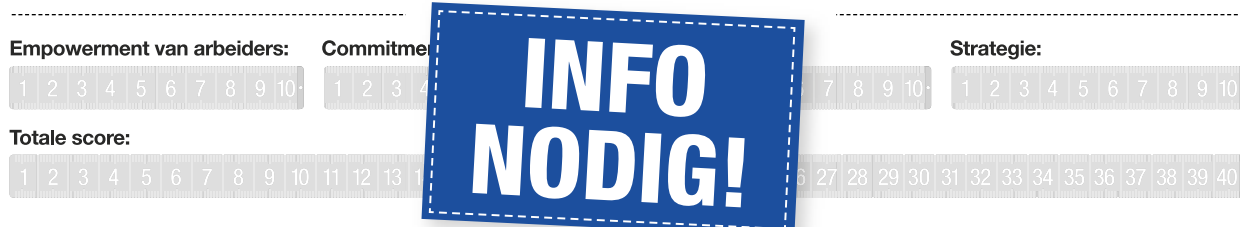
Productieoverzicht:

- » Aantal leveranciers: Meer dan 100.
- » Voornaamste productielanden: China, India, Spanje, Portugal, Marokko, Bulgarije, Turkije, Vietnam.
- » Desigual publiceert geen volledige, openbare lijst met namen en adressen van leveranciersfabrieken.

Diesel

Merken: Diesel, Diesel Black Gold, 55DSL, Diesel Kid

Niets te vertellen



Standpunt van Diesel over een leefbaar loon:

De website en de gedragscode van Diesel bevatten geen informatie met betrekking tot leefbare lonen of arbeidsnormen.

Wat wij vinden:

Diesel reageerde niet op ons verzoek om meer informatie en ook de website verschaft geen relevante informatie. We kunnen daarom met recht uitgaan van het ergste en aannemen dat het bedrijf helemaal niets doet aan ethisch verantwoord zakendoen.

Benchmarks voor leefbare lonen?

Nee.

Productieoverzicht:

- » Aantal leveranciers: Diesel heeft hier geen informatie over verstrekt.
- » Belangrijkste productielanden: Diesel heeft hier geen informatie over verstrekt.
- » Diesel publiceert geen volledige, openbare lijst met namen en adressen van leveranciersfabrieken

Esprit

Merken: Esprit, Esprit Casual, Esprit Collection, Esprit Sports, Edc

Geen
verant-
woordelijk-
heid

Empowerment van arbeiders:

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Commitment en uitvoering:

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Samenwerking:

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Strategie:

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Totale score:

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40

Standpunt van Esprit over een leefbaar loon:

“We implementeren de BSCI (Business Social Compliance Initiative)-gedragscode in onze internationale toeleveringsketen. Deze Code schrijft de betaling van het wettelijk minimumloon voor. Dit wettelijk minimumloon moet op een niveau liggen dat de basisbehoeften van de arbeiders dekt en ook voorziet in een besteedbaar inkomen.”

“Wij geloven dat het essentieel is om het belang van een holistische benadering te benadrukken in de kwestie van een eerlijke beloning van arbeiders. In deze context is het van belang om de kwalitatieve aspecten en de kwantitatieve aspecten van de lonen te bespreken... zoals de wijze van betaling, tijdige en formele betaling van de lonen, het in rekening brengen van de vaardigheden en de opleiding van arbeiders in het niveau van de lonen, en een gelijkwaardige behandeling van fulltime-, parttime- en stukloonarbeiders.”

Wat wij vinden:

Klinkt dat bekend in de oren? Net als Lidl, Aldi, WE en andere bedrijven, heeft Esprit gewoon de antwoorden van BSCI herhaald, zonder zich in te zetten voor de problematiek. Er werd heel weinig bewijs geleverd van enig werk om het probleem van de lage lonen aan te pakken.

Er was niets in de antwoorden van Esprit dat wees op een serieuze betrokkenheid bij de noodzaak om de lonen te verhogen tot een leefbaar loonniveau.

Benchmarks voor leefbare lonen?

Nee.

Empowerment van arbeiders:

Esprit zegt: “Het communiceren van informatie over de rechten en vrijheden van arbeiders, met inbegrip van de vrijheid van vereniging, is een vereiste van de BSCI-gedragscode. Zoals vermeld in de voorwaarden van de uitvoering moet de code worden vertaald in de lokale ta(a)l(en) en duidelijk zichtbaar in de fabriek worden vermeld om BSCI-compliant te zijn.”

Esprit gaf informatie over zijn rechtstreekse betrokkenheid in het waarborgen van collectieve onderhandelingsrechten in twee gevallen in 2013 waarbij leveranciers geweigerd hadden om in dialoog te treden met arbeidersvertegenwoordigers.

Het bedrijf zegt: “Esprit heeft een team van elf personen in China, Hongkong, Bangladesh, India en Turkije die interne audits voor Esprit uitvoeren en corrigerende actieplannen voor onze leveranciersfabrieken ontwikkelen.”

Commitment en uitvoering:

Over benchmarks voor leefbare lonen zegt Esprit: “De berekening van het lokaal leefbaar loon maakt deel uit van de BSCI-audit en wordt berekend volgens de SA8000-methode. Ze worden gebruikt voor de Gap-analyse en in de corrigerende actieplannen die de fabrieken na elke BSCI-audit krijgen, met daarin de stappen die moeten worden ondernomen om het niveau van een leefbaar loon te bereiken.”

Samenwerking:

Er werd weinig informatie verstrekt over samenwerkingsprojecten of over samenwerking met vakbonden of NGO's, afgezien van de deelname van Esprit aan de Europese Conferentie over leefbare lonen in Berlijn.

Strategie:

Er werd geen informatie verstrekt inzake een strategie voor het verbeteren van lonen en werkomstandigheden buiten de hierboven vermelde BSCI-rapporten.

Productieoverzicht:

- » Aantal leveranciers: 455 eerstelijnsleveranciers.
- » Voornaamste productielanden: China (54%), de rest van Azië (9%), Bangladesh (8%), Turkije (8%), Vietnam (6%), overige (15%).
- » Esprit publiceert geen volledige, openbare lijst met namen en adressen van leveranciersfabrieken

Onze opmerkingen:

Esprit is met meer dan duizend winkels wereldwijd ook een reus op de mondiale markt die meer dan 10.000 mensen rechtstreeks te werk stelt en een jaarlijkse omzet van meer dan 2,3 miljard euro heeft. Desondanks heeft het bedrijf weinig toezicht op zijn toeleveringsketen en heeft het geen strategie ontwikkeld voor het verbeteren van lonen of arbeidsomstandigheden in zijn leveranciersfabrieken. In plaats daarvan verwijst Esprit naar werk dat door de BSCI uitgevoerd wordt en baseert het bedrijf zich op een verouderd auditingmodel. Deze ‘hokjesaanpak’ voor de bedrijfsverantwoordelijkheid inzake arbeidsrechten zal niet leiden tot de absoluut vereiste veranderingen.

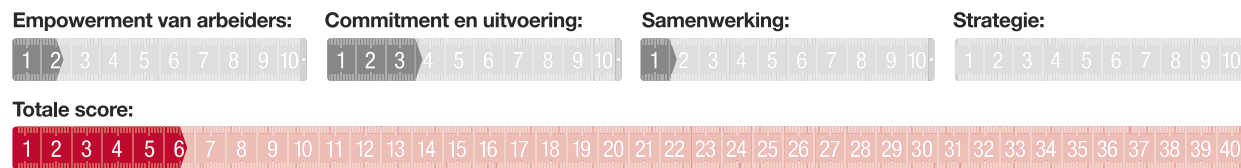
Onze visie op de focus van BSCI op het aanpakken van “zowel de kwalitatieve als de kwantitatieve aspecten” van de betaling van het loon, is dat dit op de een of andere manier het belangrijkste punt omzeilt. Het is inderdaad belangrijk dat arbeiders op tijd betaald worden en dat de lonen de scholing van de arbeiders weerspiegelen, maar het grootste probleem voor de meeste fabrieksarbeiders is dat ze niet voldoende verdienen om hun kinderen te voeden. We zeggen niet dat de kwalitatieve problemen niet belangrijk zijn en niet aangepakt moeten worden, maar de kwantitatieve problemen zijn onmetelijk veel belangrijker. De regelmatige protesten die over heel de wereld in kledingproducerende landen plaatsvinden, vragen om een aanzienlijke kwantitatieve loonsverhoging. De focus op andere aspecten van de betaling van het loon mag geen afleiding vormen van het grote en dringende armoedeprobleem. Als leveranciers een lijst met twaalf maatregelen krijgen waarvan er één “Betaal meer” luidt, dan zullen ze eerst de andere elf dingen doen.

Esprit heeft, naast zijn werk met BSCI, een klein mvo-team, maar er werd geen bewijs geleverd van hoe dit team werkt om de lonen te verbeteren.

Esprit moet zijn verantwoordelijkheid opnemen voor zijn wereldwijde toeleveringsketen, en moet investeren om te garanderen dat de rechten van alle arbeiders binnen die toeleveringsketen worden gerespecteerd.

G-Star

Merken: G-Star Raw Denim



Standpunt van G-Star over een leefbaar loon:

“G-Star ondersteunt het principe van leefbare lonen en het verdere onderzoek naar de definitie van een leefbaar loon. We hebben geen standaard voor leefbare lonen opgenomen in onze gedragscode (...) Onze code is actiegericht en we hebben besloten (...) om er alleen actiegerichte onderdelen in op te nemen die we op een bepaald moment kunnen uitvoeren.

“Onze huidige definitie (die we echter niet publiekelijk uitdragen) is dat een leefbaar loon, een loon is voor een standaardwerkweek dat voldoende is voor de basisbehoeften van arbeiders en hun gezinnen en voor een beschikbaar inkomen.”

Wat wij vinden:

G-Star moet zich concreet gaan inzetten voor de invoering van een leefbaar loon. Het is fijn dat het bedrijf de lonen die het betaalt, vergelijkt met echte cijfers voor leefbare lonen. Als G-Star dit echter niet opneemt in zijn bedrijfsbeleid, heeft deze ondersteuning van het principe van een leefbaar loon geen enkele betekenis en wordt de kloof niet overbrugd.

Kan beter

Benchmarks voor leefbare lonen?

Ja.

Empowerment van arbeiders:

G-Star zegt: “Het recht op vrijheid van vereniging en collectieve onderhandeling is opgenomen in de gedragscode van G-Star (...) G-Star is een inkooppartner van het Better Work-programma voor Vietnam (8 procent van de toeleveringsketen). Tijdens conferenties en bij trainingen en beoordelingen van leveranciers, komen vrijheid van vereniging en collectieve onderhandeling aan bod, en hieraan wordt ook actief vervolg gegeven.”

Commitment en uitvoering:

G-Star hanteert een loonladder, waarmee de progressie op weg naar een leefbaar loon intern wordt bijgehouden. G-Star gebruikt deze ladder voor het maken van “interne loonoverzichten van leveranciers, afgezet tegen loonnieveaus als het minimumloon, een leefbaar loon en de AFW (Asia Floor Wage)”.

G-Star zegt: “We werken intern aan een project voor verdere controle op de samenhang tussen prijzen en uitbetaalde lonen.”

En: “Momenteel doen we onderzoek naar leefbare lonen in onze toeleveringsketen. Op basis van dit onderzoek is G-Star van plan om in het derde en vierde kwartaal van 2014 een pilotproject voor leefbare lonen uit te voeren bij een van onze leveranciers.”

Samenwerking:

G-Star is betrokken bij het Better Work-programma. Samen met andere merken heeft het bedrijf ook deelgenomen aan een initiatief van de Nederlandse textiel- en kledingsector dat was gericht op leefbare lonen.

Strategie:

G-Star hanteert geen strategie voor het garanderen dat arbeiders in zijn fabrieken een leefbaar loon krijgen.

Productieoverzicht:

- » Aantal leveranciers: G-Star heeft hier geen informatie over verstrekt.
- » Voornaamste productielanden: Bangladesh (36%), China (31%), India (17%), overige landen (16%).
- » G-Star publiceert geen volledige, openbare lijst met namen en adressen van leveranciersfabrieken.

Onze opmerkingen:

We zijn blij dat G-Star een loonladder gebruikt die de lonen van de arbeiders afzet tegen de werkelijke kosten van een waardig bestaan in landen waar het bedrijf zijn producten laat maken. Dit is een goede eerste stap. Het is ook interessant dat G-Star werkt aan de controle op de samenhang tussen prijzen en uitbetaalde lonen. We zijn benieuwd naar het verdere verloop van dit project. Het is essentieel dat bedrijven zich buigen over de prijzen die ze betalen aan de leveranciersfabrieken, en serieus nadenken over hoe ze de kloof tussen het minimumloon en een leefbaar loon kunnen overbruggen. Dit moet G-Star meenemen in zijn project. Alleen cijfers verzamelen, lost niets op.

G-Star levert weinig bewijs van samenwerking met vakbonden, ngo's of andere bedrijven aan de totstandkoming van een leefbaar loon. Er zijn ook weinig signalen dat het bedrijf werkt aan het wegnemen van de zeer reële belemmeringen voor de vrijheid van vereniging en collectieve onderhandelingen in zijn toeleveringsketens. Veranderingen kunnen alleen duurzaam zijn als vooruitgang op dit gebied wordt getoetst aan benchmarks.

G-Star heeft in april 2014 aan de paragraaf 'lonen' in zijn gedragscode toegevoegd dat 'lonen altijd voldoende moeten zijn om de basisbehoeften te kunnen dekken en daarnaast ook in een stuk vrij te besteden inkomen moeten voorzien.”

Gucci

Merken: Gucci

Empowerment van arbeiders:



Commitment en uitvoering:



Samenwerking:



Strategie:



Totale score:



Geen
verant-
woordelijk-
heid

Standpunt van Gucci over een leefbaar loon:

“Gucci is sinds 2007 SA8000-gecertificeerd. In deze standaard is de naleving van een leefbaar loon een van de vereisten. Daarom is dit voorschrift opgenomen in ons beleid voor sociale verantwoordelijkheid en in de duurzaamheidsprincipes waarop we onze leveranciers aanspreken.”

Wat wij vinden:

Gucci zegt dat honderd procent van zijn producten in Italië worden geproduceerd, waar de rechten volgens het bedrijf worden nageleefd.

Het bedrijf heeft echter meer dan 3.000 onderleveranciers en het is ons niet duidelijk wat in deze werkomgevingen het beleid is met betrekking tot de naleving van rechten. Eerder onderzoek toonde aan dat de productie en verwerking van enkele Gucci-producten plaatsvindt in Turkije en India. Er is dus meer nodig dan alleen een korte verklaring in een beleidsdocument.

Benchmarks voor leefbare lonen?

Nee.

Empowerment van arbeiders:

Gucci zegt: “Het recht op vrijheid van vereniging en collectieve onderhandeling wordt duidelijk gecommuniceerd in onze toeleveringsketen (...) Al onze directe leveranciers worden regelmatig (ten minste een keer per jaar) voorgelicht over ons beleid voor sociale verantwoordelijkheid. Dergelijke activiteiten worden gedeeld met de belangrijkste vakbonden, voortvloeiend uit een overeenkomst die in 2004 is ondertekend.”

Commitment en uitvoering:

Gucci hanteert het minimumloon in Italië als de benchmark voor een leefbaar loon. Volgens het bedrijf is dit een geschikt cijfer, omdat het is vastgesteld aan de hand van landelijke collectieve overeenkomsten.

Samenwerking:

Gucci ondertekende in 2004, 2009 en 2012 overeenkomsten met de Italiaanse vakorganisaties CGIL, CISL en UIL. Gucci voerde op een proactieve manier vruchtbare gesprekken met de Italiaanse afdeling van de Schone Kleren Campagne over een aantal kwesties, waaronder het zandstralen van spijkerbroeken.

Strategie:

Geen.

Productieoverzicht:

- » Aantal leveranciers: 400 directe leveranciers, 3.600 onderleveranciers
- » Voornaamste productielanden: Italië (100%).
- » Gucci publiceert geen volledige, openbare lijst met namen en adressen van leveranciersfabrieken, maar deelt deze lijst wel met vakbonden op basis van vertrouwelijkheid.

Onze opmerkingen:

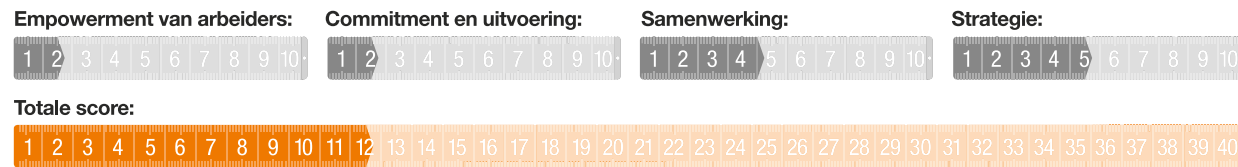
Gucci zegt dat de volledige productie plaatsvindt in Italië, waar de rechten volgens het bedrijf worden nageleefd. Wij beschouwen Italië op het gebied van rechten echter niet als een land met een laag risico. Zo was er in december 2013 een brand in de fabriek van een onderaannemer in Prato waarbij zeven Chinese gastarbeiders om het leven kwamen. Volgens de vakbonden komen de gezondheids- en veiligheidsproblemen die de oorzaak waren van de ramp, vaker voor in de regio. Omdat Gucci in Italië in aanzienlijke mate gebruik maakt van de informele sector en arbeidsmigranten, moet het bedrijf zijn productie zorgvuldig bewaken als het zich ervan wil verzekeren dat de lonen van de arbeiders hoog genoeg zijn om te voorzien in hun basisbehoeften en dat hun rechten zijn gewaarborgd.

Wij plaatsen vraagtekens bij het feit dat leveranciers zoveel werk uitbesteden in de toeleveringsketen van Gucci en vermoeden dat sommige van deze onderleveranciers buiten Italië zijn gevestigd. We hebben geen informatie ontvangen over de manier waarop deze uitbestedingen worden gecontroleerd en hoe de rechten van de arbeiders in deze fabrieken worden nageleefd. Het is van cruciaal belang dat Gucci zijn beleid met betrekking tot onderleveranciers herzielt en ook verantwoordelijkheid neemt voor de rechten in deze fabrieken.

H&M Group

Enig
Initiatief

Merken: H&M, Cos, Monki, Weekday, Cheap Monday, & Other Stories



Standpunt van H&M over een leefbaar loon:

“Al onze leveranciers van commerciële goederen moeten een eerlijk en leefbaar loon uitbetalen, dat de basisbehoeften van de arbeiders dekt. Een eerlijk en leefbaar loon moet worden gemeten als de perceptie van de arbeiders dat het ontvangen loon aan hun basisbehoeften voldoet.”

“We onderschrijven geen specifieke definitie (van een leefbaar loon), omdat we geloven dat de arbeidersvertegenwoordigers moeten bepalen welk specifiek loonniveau naar de onderhandelingstafel gebracht moet worden.”

Wat wij vinden:

H&M heeft de laatste zes maanden in zijn activiteiten een aantal grote stappen voorwaarts gezet, en heeft publiekelijk zijn steun betuigd aan het concept van een ‘eerlijk en leefbaar loon’.

In zijn strategie ontbreekt echter een referentie voor leefbare lonen. De loonstijgingen die op dit moment mogelijk zijn op het fabrieksniveau door middel van onderhandelingen, waarbij het uitgangspunt slechts een fractie bedraagt van het vereiste bedrag, zullen geen leefbaar loon bereiken dat voldoende is om een familie te voeden en te onderhouden.

De andere elementen van de strategie van H&M – capaciteitsopbouw bij leveranciers, pleiten voor hogere minimumlonen, en aanpassingen van de inkooppraktijken – kunnen helpen, maar een cruciale betrokkenheid bij een benchmark voor een leefbaar loon is de noodzakelijke volgende stap om leefbare lonen mogelijk te maken.

Benchmarks voor leefbare lonen?

Nee.

Empowerment van arbeiders:

H&M heeft in Bangladesh een project voor sociale dialoog. Dit proefproject had in eerste instantie betrekking op vijf fabrieken, maar dat wordt in 2014 tot 15 procent van de Bengaalse leveranciersfabrieken van H&M uitgebreid, en tot honderd procent van zijn leveranciersfabrieken in 2018. Het proefproject maakte tot dusver de verkiezing van drie arbeidersparticipatiecommissies mogelijk, en de dialoog met het management loste loonkwesties over bonussen en de uitbetalingsdag op.

H&M beschikt over een beperkt klachtenmechanisme, waarbij telefoonnummers en e-mailadressen van H&M-personeel tijdens interviews aan de arbeiders worden verstrekt.

H&M heeft in Cambodja ook een project opgestart met de Zweedse vakbond IF Metall.

Commitment en uitvoering:

Het nieuwe ‘eerlijk en leefbaar loon’-plan van H&M omvat de volgende betrokkenheden inzake inkooppraktijken:

In 2014: Verbeterde prijsstellingsmethode die de werkelijke kosten van de arbeid dekt; een beter inkoopbeleid om pieken in de productie te verminderen.

In 2018: Vermindering van de gemiddelde overuren met 35 procent; 90 procent van de leveranciers ziet H&M als een eerlijke zakenpartner.

De betrokkenheid van H&M omvat ook deze verklaring: “Wij zijn bereid om meer te betalen, zodat leveranciers hogere lonen kunnen betalen.” Het maakt momenteel gebruik van een open kostprijsberekening met leveranciers, maar loonkosten zijn geen onderdeel van de prijsstelling. H&M heeft een inkooptool genaamd ‘de Gedragscode-index’, die “leveranciers rangschikt en een stimulans voor verbetering vormt. Dat is een gewogen index, waarbij vrijheid van vereniging en collectieve onderhandelingen samen met beloning en werktijden meer gewicht krijgen.”

Samenwerking:

H&M werkt samen met consultants van het Fair Wage Network aan zijn nieuwe proefprojecten. Er werd hiervoor overleg gepleegd met vakbonden, NGO's en arbeiders. Een adviesraad die het project overziet, telt een aantal highlevel vakbondsleden, maar weinig betrokkenheid van de lokale vakbonden.

Strategie:

H&M zegt: “H&M zal de fabriekseigenaren ondersteunen om beloningsstructuren te ontwikkelen die een eerlijk en leefbaar loon mogelijk maken, zorgen voor een correcte verloning en overuren binnen de wettelijke grenzen. Dat zal onderzocht worden door het implementeren van de Fair Wage Methode in onze modelfabrieken...” Dit begint in 2014 met activiteiten in twee ‘modelfabrieken’ in Bangladesh en één in Cambodja. In deze fabrieken is H&M de enige inkoper.

Het bedrijf zegt: “Strategische leveranciers van H&M moeten in 2018 loonstructuren ingevoerd hebben om een eerlijk en leefbaar loon te betalen. Tegen die tijd zal dit ongeveer 850.000 textielarbeiders bereiken.”

Het bedrijf voegt hieraan toe: “In 2014 zullen we ons bestaande project voor sociale dialoog uitbreiden, zodat 15 procent van de leveranciers van H&M getraind is in sociale dialoog en verkozen arbeidersparticipatiecomités heeft, met de intentie om in 2018 honderd procent te bereiken.”

Productieoverzicht:

- » Aantal leveranciers: 785 eerstelijnsleveranciers, 1013 onderaannemers.
- » Voornaamste productielanden: Het Verre Oosten, met inbegrip van China, Indonesië en Cambodja (42%); Zuid-Azië met inbegrip van Bangladesh (28%); Europa, het Midden-Oosten en Afrika (30%).
- » H&M publiceert een volledige, openbare lijst met namen en adressen van leveranciersfabrieken

Onze opmerkingen:

We zijn teleurgesteld dat het onlangs aangekondigde Stappenplan naar een eerlijk en leefbaar loon van H&M er niet in slaagt om een duidelijke referentie voor het leefbaar loon te bepalen. Hoewel er veel goede elementen zitten in wat H&M heeft ontwikkeld, is het zonder een definitie onmogelijk om een 'draaiboek' te creëren voor het bereiken van de betaling van een eerlijk en leefbaar loon, of om het succes ervan te meten.

Een belangrijk onderdeel van de strategie van H&M is om onderhandelingen op het fabrieksniveau te promoten op basis van lonen die door de arbeiders voorgesteld worden. We ondersteunen uiteraard de noodzaak om over de lonen te onderhandelen – dit is cruciaal. Onderhandelingen op fabrieksniveau alleen zullen echter geen 'eerlijk en leefbaar loon' tot stand brengen. De loonstijgingen die mogelijk zijn op het fabrieksniveau – met als uitgangspunt het minimumloon, dat slechts een kwart of een zesde van een leefbaar loon bedraagt – zullen nooit een echt leefbaar loon voortbrengen dat hoog genoeg is om een familie te voeden en te onderhouden. H&M moet zich erop toeleggen om de lonen aanzienlijk te verhogen aan de hand van een benchmark. Een dergelijke betrokkenheid kan in onderhandelingen ruimte creëren voor vakbonden om looneisen te stellen die aan de werkelijke behoeften van de arbeiders voldoen.

De stelling van H&M dat het, met het oog op het bereiken van een eerlijk en leefbaar loon, bereid is zijn leveranciers meer te betalen, markeert een essentiële betrokkenheid die aan de basis ligt van elke loonverbetering. Dat is een welkom initiatief. Het is ook bemoedigend dat H&M ernaar streeft zijn inkooppraktijken te verbeteren om zo overuren te verminderen.

H&M zegt dat als onderdeel van de evaluaties van wat de arbeiders als een leefbaar loon ervaren, die uitgevoerd zullen worden om de lonen in zijn nieuwe modelfabrieken te berekenen, er rekening gehouden zal worden met de volgende parameters: "voedsel, huisvesting, gezondheid, onderwijs, kleding en vakantie/vrije tijd." We zijn bezorgd dat deze beperkte lijst – die familiezorg, vervoer en wat vrij te besteden inkomen weglaat – een onjuist beeld zal scheppen van wat een echt leefbaar loon betekent. Het

feit dat sommige arbeiders oudere familieleden en kinderen moeten onderhouden, moet een centrale rol spelen in de berekening (een leefbaar loon kan drie keer hoger liggen dan het bedrag dat een individu nodig heeft om te overleven).

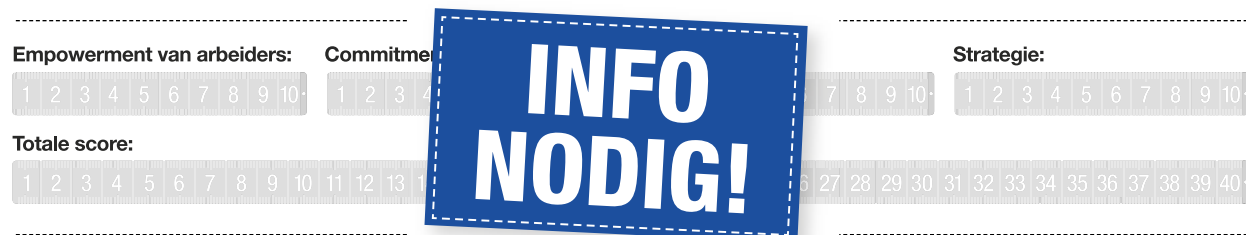
Bovenop onderhandelingen op het fabrieksniveau, moet H&M verdere stappen ondernemen in het waarborgen van de opname van lokale vakbonden, omdat deze een cruciale rol spelen. Het ondertekenen van het Protocol van Indonesië zou een goede stap en leerervaring vormen. Deze overeenkomst, die al door een aantal grote sportmerken werd ondertekend, levert een aantal zeer concrete acties om een betere werkplaatsvertegenwoordiging bij veel leveranciers mogelijk te maken, en blijkt een baanbrekend testlaboratorium voor de manier waarop vrijheid van vereniging in de industrie gegarandeerd kan worden. H&M zou ook kunnen overwegen om zijn adviesraad uit te breiden, zodat de plaatselijke vakbonden meer directe vertegenwoordiging krijgen.

De stelling van H&M dat het van plan is om een project rond arbeidersparticipatiecommissies uit te breiden naar honderd procent van zijn belangrijkste leveranciersfabrieken is een beetje zorgwekkend. Hoewel deze soms nuttig kunnen zijn voor het verbeteren van de communicatie op fabrieksniveau, kunnen deze commissies fungeren als een vervangmiddel voor arbeidersempowerment, en in feite de betrokkenheid van de lokale vakbonden in de fabrieksprocessen onmogelijk maken. Arbeiderscommissies zouden enkel gebruikt moeten worden op plaatsen waar vakbondsrechten verboden zijn. Anders raken lokale vakbonden in deze processen betrokken via toegangsovereenkomsten en de uitgifte van 'vakverenigingsrecht'-garanties. We hopen dat H&M rekening zal houden met dit belangrijke punt.

Wij blijven de voortgang van H&M met grote interesse volgen, terwijl het bedrijf zich verder inzet voor een 'eerlijk en leefbaar loon'.

Hugo Boss

Merken: Hugo Boss



Standpunt van Hugo Boss over een leefbaar loon:

“Onze leverancierscontracten zijn gebaseerd op de normen van de Internationale Arbeidsorganisatie (IAO). Dit houdt in dat alle werknemers minimaal het minimumloon moeten verdienen, het wettelijk bepaalde verlof moeten krijgen en niet meer dan een vastgesteld aantal uren mogen werken. Als er op deze gebieden geen of onvoldoende wetgeving is in het betreffende land, hanteren we de ‘HUGO BOSS Social Standards’ voor het waarborgen van goede arbeidsomstandigheden voor de werknemers.

“We verplichten onze producenten onder meer tot het bieden van een veilige werkomgeving, het verbieden van kinderarbeid en de betaling van eerlijke lonen. We verlaten ons echter niet uitsluitend op juridische bepalingen, maar bewaken de naleving van onze sociale

en ecologische richtlijnen ook actief tijdens regelmatige bezoeken aan de locaties. Dat doen we samen met een extern adviesbureau.”

Wat wij vinden:

Hugo Boss heeft basisinformatie over minimumlonen opgenomen in zijn gedragscode en besteedt in zijn jaarverslag 2012 aandacht aan duurzaamheid. Afgezien daarvan wordt nergens aangetoond dat er binnen de toeleveringsketen actie wordt ondernomen om te garanderen dat arbeiders een leefbaar loon krijgen. Al met al is dit zeer teleurstellend voor zo'n bekend merk.

Benchmarks voor leefbare lonen?

Nee.

Productieoverzicht:

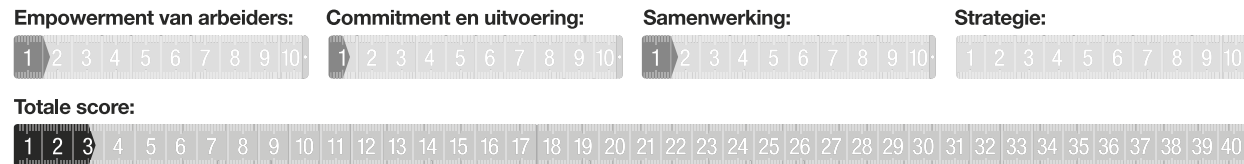
- » Aantal leveranciers: HUGO BOSS heeft hier geen informatie over verstrekt.
- » Voornaamste productielanden: HUGO BOSS heeft hier geen informatie over verstrekt.
- » HUGO BOSS publiceert geen volledige, openbare lijst met namen en adressen van leveranciersfabrieken.

Niets te vertellen

IC Companys

Geen
verant-
woordelijk-
heid

Merken: Peak Performance, Tiger of Sweden, By Malene Birger, Soaked in Luxury, InWear, Part Two, Saint Tropez, Designers Remix, Matinique



Standpunt van IC Companys over een leefbaar loon:

“We implementeren in onze internationale toeleveringsketen de gedragscode van BSCI (Business Social Compliance Initiative). Deze gedragscode verplicht ons tot het betalen van het wettelijk minimumloon. Dit wettelijk minimumloon zou moeten voorzien in de basisbehoeften van arbeiders en in een beschikbaar inkomen voor onvoorziene uitgaven.

“We willen nadrukkelijk onderstrepen dat een holistische aanpak bij het streven naar een eerlijke beloning van arbeiders van essentieel belang is. In deze context is het belangrijk om zowel de kwalitatieve als de kwantitatieve aspecten van lonen mee te nemen (...) zoals de wijze van betaling, tijdige en formele betaling van lonen, het meewegen van vaardigheden en opleiding van arbeiders bij de bepaling van de lonen en een gelijke behandeling van fulltime-, parttime- en stukloonarbeiders.”

Wat wij vinden:

Net als Lidl, Aldi, WE en andere bedrijven heeft IC Companys de antwoorden van BSCI gewoon voor ons herhaald, zonder verder in te gaan op de kwesties. Er zijn heel weinig signalen waaruit blijkt dat het bedrijf zich inzet om het probleem van de lage lonen aan te pakken. Nergens blijkt uit de antwoorden die het bedrijf heeft verstrekt, dat het zich serieus inzet voor het verhogen van de lonen tot het niveau van een leefbaar loon.

Benchmarks voor leefbare lonen?

Nee.

Empowerment van arbeiders:

IC Companys zegt: “Een gepaste informatievoorziening en de training van fabrieksarbeiders zijn verantwoordelijkheden van de fabrieksleiding, die volgens de gedragscode van BSCI verplicht zijn om aan deze vereisten te voldoen.”

Commitment en uitvoering:

IC Companys zegt: “Tijdens de gesprekken met onze leveranciers gebruiken we een scorekaart om de omstandigheden in de fabriek verbeteren. Het gaat daarbij om de beloning, maar ook om andere kwesties met betrekking tot verantwoord ondernemen.”

Over benchmarks voor leefbare lonen zegt IC Companys: “De berekening van een lokaal leefbaar loon is onderdeel van de BSCI-audit en gebeurt volgens de SA8000-methode. Deze methode wordt gebruikt voor het analyseren van het verschil tussen de huidige lonen en het leefbaar loon (Gap-analyse) en voor de corrigerende actieplannen die na afloop van elke BSCI-audit aan de fabrieken worden verstrekt. Hierin staan de stappen die moeten worden ondernomen om de lonen op het niveau van een leefbaar loon te brengen.”

Samenwerking:

IC Companys werkt samen met het Danish Ethical Trading Initiative (DIEH) voor het “stimuleren van de sociale dialoog als een belangrijk middel om de lonen te verbeteren”.

Strategie:

IC Companys zegt: “Als gevolg van de afslanking van ons leveranciersbestand, de scorekaart en onze samenwerkingen met DIEH en de Sustainable Apparel Coalition gaan we op het gebied van lonen nog nauwer samenwerken met onze leveranciers.” Wat dit concreet inhoudt, werd niet verder toegelicht.

Productieoverzicht:

- » Aantal leveranciers: IC Companys heeft hier geen informatie over verstrekt.
- » Voornaamste productielanden: China (63%), overige Aziatische landen (11%), Europa (24%), Afrika (2%).
- » IC Companys publiceert geen volledige, openbare lijst met namen en adressen van leveranciersfabrieken.

Onze opmerkingen:

IC Companys toont heel weinig bewijs van werk op het gebied van het definiëren en betalen van een leefbaar loon voor de arbeiders in zijn toeleveringsketen. Zonder concreet bewijs is de beleidsbepaling dat lonen moeten voorzien in de basisbehoeften van arbeiders, niet meer dan een loze belofte. Wij vinden het erg teleurstellend dat het bedrijf zich herhaaldelijk verschuilt achter het lidmaatschap van BSCI als het gaat om belangrijke kwesties over de naleving van mensenrechten.

Volgens ons slaat BSCI de plank mis met zijn focus op “de kwalitatieve en de kwantitatieve aspecten” van lonen. Het is zeker belangrijk dat arbeiders tijdig worden betaald en ook dat hun lonen aansluiten bij hun vaardigheden, maar het grootste probleem is dat de meeste fabrieksarbeiders niet eens schoenen kunnen kopen voor hun kinderen. Tijdens de wereldwijde protesten in kledingproducerende landen wordt dan ook vooral een kwantitatieve loonsverbetering geëist. De focus op andere aspecten van lonen leidt af van het acute en dringende probleem van de armoede. Als leveranciers een lijst met twaalf maatregelen krijgen waarvan er één “Betaal meer” luidt, dan zullen ze eerst de andere elf dingen doen.

IC Companys geeft geen blijk van pogingen om zich met arbeiders, leveranciers of ngo's in te zetten voor het verbeteren van de lonen of omstandigheden van arbeiders.

IC Companys moet zelf verantwoordelijkheid nemen voor zijn wereldwijde toeleveringsketen en investeren in initiatieven die ertoe leiden dat de rechten van alle arbeiders in die keten worden gerespecteerd.

Inditex

Begin is
gemaakt

Merken: Zara, Bershka, Stradivarius, Pull & Bear, Massimo Dutti, Oysho, Zara Home, Lefties, Uterqüe

Empowerment van arbeiders:



Commitment en uitvoering:



Samenwerking:



Strategie:



Totale score:



Standpunt van Inditex over een leefbaar loon:

Inditex zegt: “De lonen moeten altijd voldoende zijn om ten minste aan de basisbehoeften van de arbeiders en hun gezinnen te voldoen en aan alle andere die als redelijke extra behoeften kunnen beschouwd worden...”

In de internationale kaderovereenkomst die Inditex met IndustriALL heeft ondertekend, staat dat de vakbond met Inditex zal samenwerken om volledige naleving te garanderen van codes en normen, met inbegrip van artikel 5 van de ETI (Ethical Trading Initiative)-basiscode: ‘Er zal een leefbaar loon worden uitbetaald’...

Inditex begrijpt dat een collectieve overeenkomst omtrent lonen die vrij werd onderhandeld tussen werkgevers en vrij verkozen vakbondsafgevaardigden, een fair wage-referentie vormt voor een bepaald(e) land/regio/stad/fabriek.”

Wat wij vinden:

De betrokkenheid van Inditex om met de vakbonden te werken aan de verhoging van de lonen, zoals blijkt uit zijn Internationale Kaderovereenkomst, is lovenswaardig. Hoewel de focus op vrijheid van vereniging van harte welkom is, moet de focus op het verbeteren van de lonen worden verbeterd en uitgebreid als de arbeiders in de leveranciersfabrieken concrete verbeteringen in hun economisch welzijn willen zien.

Benchmarks voor leefbare lonen?

Inditex vermeldde benchmarks voor een aantal landen, waaronder Marokko, Spanje en Portugal. Voor Azië werden er geen benchmarks vastgelegd.

Empowerment van arbeiders:

Inditex zegt: “De fabrikanten en leveranciers zorgen ervoor dat hun arbeiders, zonder onderscheid, van het recht op vrijheid van vereniging, lidmaatschap van vakbonden en collectieve onderhandelingen genieten. Er mogen geen vergeldingen voortvloeien uit de uitoefening van dit recht, en er mag geen enkele vergoeding of betaling aan de arbeiders aangeboden worden met het oog op de belemmering van het uitoefenen van die rechten. Ook werken zij aan een open en coöperatieve houding ten aanzien van de activiteiten van vakbonden. Vertegenwoordigers van de arbeiders moeten worden beschermd tegen elke vorm van discriminatie en zijn vrij om hun representatieve taken op hun werkplek uit te oefenen. Waar de rechten op vrijheid van vereniging en collectieve onderhandelingen worden beperkt door de wet, moeten de juiste kanalen worden ontworpen om een redelijke en onafhankelijke uitoefening van deze rechten te waarborgen.” Inditex promoot deze rechten proactief via trainingen en vergaderingen met lokale vakbonden in een aantal belangrijke productielanden, door middel van trainingen van de leveranciers inzake de vrijheid van vereniging, en door een garantie op het ‘vakverenigingsrecht’ af te kondigen in Turkije, Cambodja en India.

Commitment en uitvoering:

Inditex is begonnen met het aanpakken van de manier waarop het zijn toeleveringsketen beheert door het leveranciersbestand af te slanken, de productie te verhogen bij leveranciers met meer ethische praktijken, en maatregelen te nemen om de behoefte aan uitbesteding te verminderen. Hoewel het bedrijf ermee is begonnen de loonkosten in de prijsberekeningen op te nemen, is er geen betrokkenheid om de eigen prijzenpraktijken aan te pakken – een cruciale factor om een leefbaar loonniveau te kunnen bereiken. Inditex heeft nog geen duidelijke benchmarks voor leefbare lonen in zijn verschillende productielanden.

Samenwerking:

Inditex heeft begrepen dat het belangrijk is om rond deze kwesties samen te werken. Het is de enige internationale kledingretailer die een internationale kaderovereenkomst met IndustriALL heeft getekend, de wereldwijde vakbond die kleding- en textielarbeiders vertegenwoordigt. Er werd bericht over een samenwerking met IndustriALL in Zuid-Amerika, Europa en het Verre Oosten. Inditex heeft ook samengewerkt met lokale vakbonden in Cambodja, Bangladesh, Turkije, Portugal, Brazilië en Spanje. Samenwerking met andere merken is ook een belangrijk onderdeel van de aanpak, zowel door zijn lidmaatschap in het Ethical Trading Initiative als binnen afzonderlijke proefprogramma's.

Strategie:

Inditex werkt aan een aantal proefprojecten die problemen aanpakken die fundamenteel verbonden zijn met lonen, waaronder de vrijheid van vereniging en kortlopende contracten. Inditex zegt dat het deelneemt aan een project in Turkije met Next en Arcadia: “Het programma is bedoeld om een duurzaam arbeidersvertegenwoordigingssysteem te realiseren of te verbeteren, om zo de sociale dialoog en de communicatie tussen de werkgever en de werknemers te versterken (...) (en) om de volledige productiviteit en efficiëntie te verbeteren vanuit het principe dat financiële voordelen gelijkwaardig gedeeld zullen worden...” Hierover zijn nog geen resultaten beschikbaar.

Inditex vermeldde ook een overeenkomst om met de Internationale Arbeidsorganisatie (IAO) samen te werken aan een aantal projecten, waaronder: “Een project om de IAO-verdragen over de volledige toeleveringsketen te verspreiden; en projecten voor een leefbaar loon; waarbij gekeken wordt naar de samenstelling van de loonkosten en de correcte berekening van leefbare lonen in verschillende sourcinglanden onder de IAO-bepalingen.” Deze projecten zijn nog niet van start gegaan. Hoewel Inditex het leefbaar loon heeft geïdentificeerd als “een van de belangrijkste prioriteiten voor de komende jaren”, heeft het bedrijf tot op heden geen algemene strategie gepubliceerd die specifiek betrekking heeft op een leefbaar loon, heeft het geen systematische benchmarking van leefbare loonnormen, en geen tijdgebonden betrokkenheid om de lonen te verbeteren tot een specifiek leefbaar loonniveau.

Productieoverzicht:

- » Aantal leveranciers: 1.434 eerstelijnsleveranciers, 2.878 onderaannemers.
- » Voornaamste productielanden: Azië (42%), Europa en Marokko (55%), rest van de wereld (3%).
- » Inditex publiceert geen volledige, openbare lijst met namen en adressen van leveranciersfabrieken, maar er wordt wel een volledige lijst van de leveranciers aan de vakbonden verstrekt.

Opmerking over het aantal onderaannemers: Inditex zegt dat het de afgelopen jaren zijn leveranciersbestand met meer dan dertig procent heeft afgeslankt en dat het ook interne transparantie over de toeleveringsketen heeft verbeterd. Het aantal leveranciers in onderaanneming is groot (en is toegenomen), omdat nu ook wasserijen, verven, verpakkingfaciliteiten en andere eenheden worden meegerekend.

Onze opmerkingen:

Inditex blijft zijn verantwoordelijkheid om ervoor te zorgen dat arbeiders een leefbaar loon krijgen, combineren met zijn inzet voor vrijheid van vereniging. Hoewel we het er zeker mee eens zijn dat collectieve onderhandelingen tussen werkgevers en vakbonden een fundamenteel onderdeel vormen van het verbeteren en behouden van de lonen, berust deze aanpak op de aanwezigheid van sterke vakbonden op alle werkplekken en in alle landen. Dat is gewoon niet het geval in veel van de regio's waar kledingproductie plaatsvindt. De langetermijnstrategie van vakbondsondersteuning moet aangevuld worden met het opdrijven van de lonen op korte termijn.

Inditex stelt dat het een vrij onderhandelde collectieve overeenkomst tussen werkgevers en verkozen vertegenwoordigers van de vakbonden als een fair wage beschouwt. We zijn het zowel eens als oneens met deze stelling. Natuurlijk moeten eventuele onderhandelde loonovereenkomsten gerespecteerd worden. Maar zelfs wanneer vakbonden bestaan, beschikken zij vaak niet over de politieke ruimte om op fabrieksniveau of in de nationale minimumloononderhandelingen echt leefbare lonen af te dwingen, vooral wanneer het uitgangspunt het minimumloon is, dat amper neerkomt op een kwart van het benodigde bedrag. De neerwaartse prijsdruk van internationale kopers laat geen ruimte aan arbeiders om te onderhandelen over een echt leefbaar loon, gebaseerd op hun werkelijke behoeftes.

Daarom is het essentieel dat Inditex benchmarks ontwikkelt op basis van de werkelijke kosten van de arbeiders voor hun levensonderhoud, en ervoor zorgt dat deze worden opgenomen in de prijzen die aan de fabrieken betaald worden. We hopen dat het werk met de IAO over de "correcte berekening van leefbare lonen in verschillende sourcinglanden" Inditex zal helpen om deze belangrijke stap te zetten.

Het ontwikkelen van benchmarks kan en mag geen afbreuk doen aan het werk van de vakbond. In feite kan de wetenschap dat de belangrijkste kopers zich inzetten voor het bepalen van een leefbaar loon, de vakbonden helpen bij het stellen van looneisen die aan de werkelijke behoeften van de arbeiders voldoen en die ruimte scheppen voor onderhandelingen.

We vonden het schokkend om te zien dat de benchmarks voor leefbare lonen die Inditex verstrekke (enkel voor Europa en Marokko) heel laag waren – amper boven het minimumloon.

Inditex heeft ook geen strategie om het probleem van hongergelonen aan te pakken op plaatsen waar vakbonden nog niet goed ingeburgerd zijn. Inditex zou zeker de lonen op korte termijn kunnen proberen te verbeteren, parallel met zijn programma voor vakbondsrechten.

Dit zou een duidelijke, tijdgebonden strategie vergen voor het bereiken van een leefbaar loonniveau in zijn belangrijkste leveranciersfabrieken in grote productielanden.

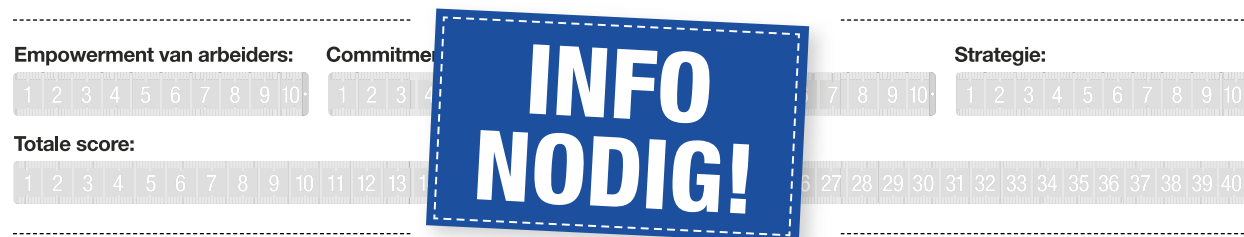
Inditex kan inspanningen aantonen om andere gerelateerde kwesties aan te pakken, zoals thuiswerk en kortlopende contracten, en heeft bewezen dat het bereid is om samen te werken met strategische stakeholders om proefprojecten op te zetten. Dat is geweldig. Helaas is Inditex tot op heden niet bereid geweest om zich te zetten voor het Asia Floor Wage-voorstel. Dat is teleurstellend. Gezien zijn inzet en betrokkenheid en zijn grote koopkracht in belangrijke Asia Floor Wage-landen, zou Inditex een goede kandidaat zijn om met de betrokken vakbonden samen te werken en om de implementatie van de Asia Floor Wage-benchmark uit te testen.



Levi Strauss & Co.

Niets te vertellen

Merken: Levi's, Dockers, Denizen, Signature by Levi Strauss & Co.



Standpunt van Levi's over een leefbaar loon:

“Levi Strauss & Co (LS&Co) gelooft dat iedereen die werkt, recht heeft op een loon dat voor een voldoende hoge levensstandaard zorgt om hun eigen gezondheid en welzijn, en die van hun gezin, te waarborgen, met inbegrip van voeding, kleding, huisvesting en geneeskundige zorg en noodzakelijke sociale diensten.”

Inzake lonen staat er in de Algemene Voorwaarden van LS&Co dat zij “alleen zaken doen met partners die lonen en voordelen uitbetalen die voldoen aan alle toepasselijke wetgeving en aan de geldende lokale productie- of industriënormen.”

Wat wij vinden:

Levi Strauss & Co's nieuwe strategie inzake onder meer economical empowerment mist enige echte betrokkenheid om de lonen te verhogen – wat arbeiders het meest nodig hebben. Gezondheidszorg, wiskundeklassen en maaltijdprogramma's zijn allemaal prima initiatieven, maar er zou aan deze behoeften kunnen worden voldaan als er een leefbaar loon uitbetaald zou worden.

LS&Co moet dit opnieuw evalueren en zijn beleid hierop aanpassen

Benchmarks voor leefbare lonen?

Nee.

Empowerment van arbeiders:

LS&Co zegt: “(We) staan volledig achter het recht van de arbeider om lid te worden van organisaties van zijn of haar eigen keuze, of deze op te richten, met inbegrip van vakbonden.”

LS&Co vermeldt succesvol werk in Cambodja, Haïti en Mexico, samen met NGO's en vakbonden om schendingen van de vrijheid van vereniging en problemen met het fabrieksmanagement aan te pakken. LS&Co-beoordelaars verstrekken soms trainingen aan arbeiders over kwesties zoals de vrijheid van vereniging, en soms sponsort de Levi Strauss Foundation daarvoor lokale NGO's. Er worden leveranciersvergaderingen en trainingen gehouden om onderwerpen zoals de vrijheid van vereniging te bespreken.

LS&Co heeft een klachtenprocedure, waar auditors tijdens assessments informatie over verstrekken en hun contactgegevens aan de arbeiders en/of vertegenwoordigers van de vakbonden verstrekken. Auditors en directe managers zijn verantwoordelijk voor het overhandigen van de arbeidersklachten.

Commitment en uitvoering:

LS&Co zegt dat het werkt “aan de verbetering van onze businesspraktijken die een impact hebben op de sociale prestaties van leveranciers en aan de implementatie van programma's die wederzijdse voordelen bieden voor Levi Strauss & Co en onze leveranciers.” Dat omvat voornamelijk “leveranciersproductiviteitsprogramma's om de kwesties van werkuren en lonen te verbeteren.”

Samenwerking:

LS&Co zegt: “In een globale competitieve economie kunnen we de lonen niet eenzijdig verhogen. We moeten nauw samenwerken met vakbonden, vakverenigingen en andere stakeholders om uit te zoeken hoe we in de industrie de lonen kunnen verhogen. We kijken ernaar uit om met onze stakeholdergroep een stevige dialoog over dit onderwerp te voeren, om mogelijke oplossingen te vinden die we in de nieuwe Algemene Voorwaarden kunnen uittesten.” Het was niet duidelijk hoe LS&Co deze verbintenissen gebruikt om de lonen te verhogen. LS&Co is geen lid van een multi-stakeholderinitiatief voor een leefbaar loon. Het neemt wel deel aan Better Factories Cambodia en steunt de Better Work-programma's van de Internationale Arbeidsorganisatie in Haïti, Indonesië, Lesotho, Nicaragua en Vietnam.

Strategie:

LS&Co heeft in 2011 een nieuwe aanpak gelanceerd genaamd “Verbetering van het arbeiderswelzijn” en is in 2012 begonnen dit te implementeren door middel van proefprojecten in Cambodja, Bangladesh, Egypte, Haïti en Pakistan. De strategie, gebaseerd op de VN-millenniumdoelstellingen voor ontwikkeling, spits zich op vijf domeinen toe: “economische empowerment, een goede gezondheid en welzijn van het gezin, gelijkheid en acceptatie, onderwijs en professionele ontwikkeling, en toegang tot een veilige en gezonde omgeving.” Het economische empowerment-aspect van de strategie is nog in ontwikkeling. De eerste stap was om de prioritaire behoeften van arbeiders te identificeren. Uit een gerelateerde studie in 2013 bleek dat een eerlijk loon bovenaan de lijst stond. LS&Co zegt dat de volgende stap van zijn strategie het bepalen van vooruitgangindicatoren is; om programma's in fabrieken te ontwikkelen, samen met zijn leveranciers, om te werken aan de behoeften van de arbeiders; en om samen te werken met stakeholders uit de industrie, lokale NGO's en andere retailklanten op de pilotlocaties. Hierover was verder geen gedetailleerde informatie beschikbaar.

Productieoverzicht:

- » Aantal leveranciers: 619 leveranciers in 40 landen.
- » Voornaamste productielanden: China (34%), India (9%), Argentinië (5%), Italië (5%), Vietnam (5%), Sri Lanka (4%), Mexico (4%), Turkije (4%), Portugal (3%), Thailand (3%), Cambodja (2%), Japan (2%), Zuid-Korea (2%), Bangladesh (2%), Dominicaanse Republiek (2%), Verenigde Staten (2%).
- » LS&Co publiceert een volledige, openbare lijst met namen en adressen van leveranciersfabrieken.

Onze opmerkingen:

LS&Co doet zeer weinig om de loonkwesties rechtstreeks in de toeleveringsketen aan te pakken, wat teleurstellend is. De geringe mate waarin de onderneming zich bemoeit met leveranciers, gericht op “de verbetering van het welzijn van de arbeiders”, is gebaseerd op een return on investment-benadering en kijkt meestal naar resultaten in termen van productiviteitstijging. Dit kan een goede stimulans vormen om leveranciers bij dergelijke programma's te betrekken, maar het huidige werk lijkt geen directe invloed te hebben op de arbeiderslonen. Er zijn geen concrete cijfers die aantonen of lonen door dit initiatief worden verbeterd.

De focus van de nieuwe wellnessstrategie van LS&Co lijkt de plank mis te slaan. Bedrijven mogen natuurlijk liefdadigheidswerk doen in landen waar ze hun goederen aankopen, maar dit neemt niet weg dat ze ervoor verantwoordelijk zijn dat de basismensenrechten worden nageleefd. Het lijkt erop dat de inspanningen zich focussen op gezondheidszorg, wiskundeklassen en gratis maaltijden. Dat zijn weliswaar zaken die de arbeiders allemaal nodig hebben, maar eerst moet er gewerkt worden aan de vrijheid van vereniging en het recht op een leefbaar loon.

Veel van de programma's in dit profiel werden ontwikkeld en gefinancierd door de Levi Strauss Foundation, waarvan het bedrijf zegt dat het ‘pionierswerk’ verricht voor LS&Co. Wij krijgen de indruk dat deze stichting, in ruil, vermijdt dat er vragen gesteld worden over de corebusiness-praktijken van het bedrijf door een onderscheid te maken tussen de ethische praktijken en de zakelijke beslissingen. Voor ons is maatschappelijk verantwoord ondernemen niet het werk van liefdadigheidsstichtingen, maar eerder iets dat in een businessmodel moet worden ingebakken. Er werd weinig bewijs gevonden van acties in verband met de inkooppraktijken.

Hoewel LS&Co het concept van een leefbaar loon ondersteunt, lijkt het bedrijf niet in staat om enige acties te tonen om dat cijfer te helpen bepalen. Het bedrijf zegt dat, omdat er geen internationaal erkende benchmark of consensus tussen de merken bestaat, het onmogelijk is om verder te gaan. Daarop antwoorden wij dat het debat geëvolueerd is. De Asia Floor Wage heeft in 2009 een bedrag vastgelegd dat bepaalt wat een leefbaar loon betekent in termen van koopkracht, en sindsdien zijn diverse genuanceerde systemen ontwikkeld die bedrijven de mogelijkheid geven om de lonen van hun leveranciers te vergelijken met een reeks benchmarks, en dus om de vooruitgang te meten. Dit excuus om niet betrokken te zijn bij het proactief evalueren en bepalen van een leefbaar loon en om dus geen stappen te moeten nemen om dat uit te betalen, is niet langer geldig. We hopen dat LS&Co dit kan integreren en kan beginnen met het meten van de vooruitgang aan de hand van een echte benchmarking.

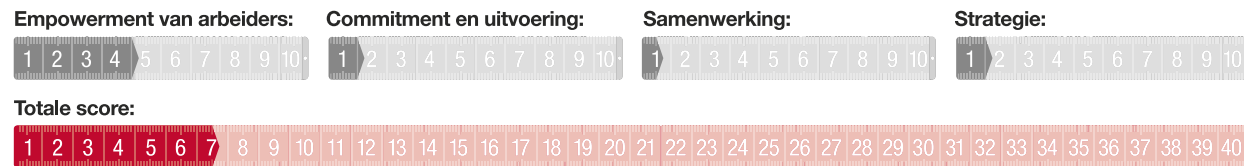
We zouden graag meer bewijs zien dat LS&Co de verantwoordelijkheid op zich neemt voor zijn eigen businesspraktijken, inclusief prijsstelling, en praktische stappen neemt om de vrijheid van vereniging te ondersteunen in zijn leveranciersfabrieken, en met anderen samenwerkt aan programma's voor het daadwerkelijk realiseren van meetbare veranderingen voor de arbeiders die de producten van Levi Strauss maken.



Lidl

Merken: Lidl

Kan
beter



Standpunt van Lidl over een leefbaar loon:

“De doelstelling een ‘leefbaar loon’ te betalen, wordt duidelijk in onze gedragscode vermeld, die een vast onderdeel vormt van al onze overeenkomsten met zakelijke partners.”

“In overeenstemming met zijn participatie binnen het Fair Wage Network van de IAO (de Internationale Arbeidsorganisatie), benadrukt BSCI het belang van het opnemen van kwalitatieve aspecten, zoals de wijze van betaling, tijdige en formele betaling van de lonen, het in rekening brengen van vaardigheden en opleiding van arbeiders in het niveau van de lonen en gelijke behandeling van full-time-, parttime- en stukloonarbeiders. Het is daarom belangrijk om zowel de kwantitatieve als de kwalitatieve aspecten van de lonen aan te pakken. Enkel focussen op het kwantitatieve niveau van het loon dat arbeiders verdienen, is niet genoeg.”

Wat wij vinden:

Dit klinkt allemaal heel bekend in de oren als je de verklaringen van vele andere BSCI-leden in dit rapport hebt gelezen. Net als een aantal van deze bedrijven heeft Lidl meestal gewoon de antwoorden van BSCI herhaald. Extra informatie verstrekt door het bedrijf brengt echter interessant projectwerk aan het licht in Bangladesh, bovenop de business as usual BSCI-naleving.

Benchmarks voor leefbare lonen?

Nee.

Empowerment van arbeiders:

Lidl zegt: “Wij verwachten van alle leveranciersfabrieken dat ze de kernverdragen van IAO naleven. Voor risico-landen in het algemeen maken vrijheid van vereniging en collectieve onderhandelingen deel uit van alle audits die uitgevoerd worden onder de regeling van het BSCI-auditproces.” In aanvulling daarop vermeldt Lidl ook een Supplier Qualification Programme (SQP) dat in Bangladesh in samenwerking met GIZ (Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit) wordt uitgevoerd: “SQP, dat in de huidige fase acht fabrieken met meer dan 26.000 arbeiders omvat, heeft een module over vrijheid van vereniging en collectieve onderhandelingen, en communiceert deze rechten en de voordelen van georganiseerde arbeidskrachten duidelijk aan het management en de arbeiders van de deelnemende leveranciersfabrieken... De dialoogaanpak die we als basis voor onze trainingen gebruiken, werd samen met vakbonden en NGO's ontwikkeld gedurende de Round Tables Codes of Conduct.”

Commitment en uitvoering:

Als onderdeel van hetzelfde project in Bangladesh heeft Lidl gewerkt aan de verbetering van de lonen aan de hand van twee methodes. Ten eerste door ervoor te zorgen dat overuren correct betaald worden en dat de arbeiders correct geclassificeerd worden voor het werk dat ze doen. Ten tweede, zegt het bedrijf: “(...) In Bangladesh hebben we GIZ gevraagd om de betaling te organiseren van rechtstreekse bonussen om arbeiders in een van onze leveranciersbedrijven erkenning te geven voor de kwaliteit van hun werk. Wij implementeren deze proefmaatregel om te bepalen of zo'n systeem in de bestaande structuren kan worden opgenomen, en om te bepalen of andere textielinkopers aangemoedigd kunnen worden om soortgelijke maatregelen te nemen.”

Deze bonus bedraagt 'meer dan een maand loon die constant uitbetaald wordt bovenop het normale maandloon dat door de fabriek uitbetaald wordt' en heeft sinds oktober 2011 twee keer per jaar plaatsgevonden.

Samenwerking:

Lidl is lid van het BSCI-business-initiatief, en heeft met het Duitse federale agentschap GIZ samengewerkt voor het proefproject in Bangladesh.

Strategie:

Lidl verstrekte geen informatie over een interne strategie voor het verbeteren van de omstandigheden van arbeiders in de toeleveringsketen buiten zijn proefproject in Bangladesh. Hoewel dit project sinds 2011 bestaat, gaf Lidl geen aanwijzingen dat het van plan is om dit project naar andere delen van de toeleveringsketen uit te breiden.

Productieoverzicht:

- » Aantal leveranciers: Lidl heeft hier geen informatie over verstrekt.
- » Voornaamste productielanden: Lidl heeft hier geen informatie over verstrekt.
- » Lidl publiceert geen volledige, openbare lijst met namen en adressen van leveranciersfabrieken.

Onze opmerkingen:

Het werk van Lidl in Bangladesh is interessant en zijn inzet voor de uitbetaling van een aanzienlijke halfjaarlijkse bonus aan de arbeiders stemt hoopvol. Het project roept echter een hoop vragen op. Is deze bonus een test om te zien of dit systeem werkt? Is het bonussysteem iets dat Lidl hoopt uit te breiden als een van zijn supply-chain-praktijken? Hoe wordt het bonusbedrag berekend? Zonder betrokkenheid of meer informatie over wat dit idee betekent voor het bedrijf, is het moeilijk te beoordelen of dit potentieel heeft om verandering teweeg te brengen voor Lidl-arbeiders. We hopen hier meer over te horen.

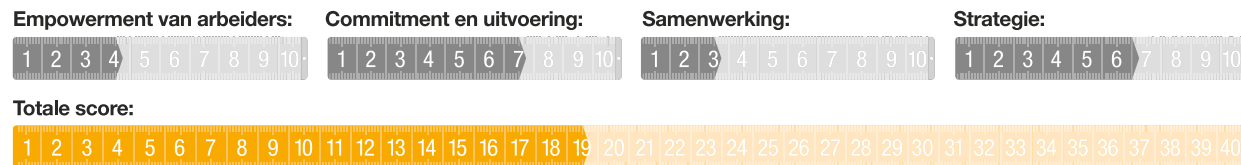
Lidl steunt herhaaldelijk op zijn lidmaatschap bij BSCI om te antwoorden op belangrijke vragen met betrekking tot zijn due diligence inzake mensenrechten. Hoewel de projecten waarvan Lidl in dit onderzoek melding maakte enige waarde hebben, heeft het bedrijf weinig informatie verstrekt over de bedrijfsstrategie inzake het in acht nemen van de mensenrechten binnen de toeleveringsketen. Onze mening over de BSCI-focus om “zowel de kwalitatieve als de kwantitatieve aspecten” van loonbetaling aan te pakken, is dat deze de plank mislaat. Het is inderdaad belangrijk om arbeiders op tijd te betalen en de lonen aan te passen aan de scholing van de arbeiders, maar het grootste probleem voor de meeste fabrieksarbeiders is dat ze het zich niet kunnen veroorloven om schoenen voor hun kinderen te kopen. De herhaalde protesten die wereldwijd in kledingproducerende landen plaatsvinden, vragen om een aanzienlijke kwantitatieve loonsverhoging. De focus op andere aspecten van loonbetaling mag geen afleiding vormen van het grote en dringende armoedeprobleem. Als leveranciers een lijst met twaalf maatregelen krijgen waarvan er één “Betaal meer” luidt, dan zullen ze eerst de andere elf dingen doen.

Met een omzet van meer dan 18 miljard euro in 2012, moet deze retailgigant zijn verantwoordelijkheid voor de wereldwijde toeleveringsketen nemen, en investeringen doen die garanderen dat de rechten van alle arbeiders binnen die keten worden gerespecteerd.

Marks & Spencer

Begin is
gemaakt

Merken: M&S Collection, Limited Collection, Per Una, North Coast, Portfolio, Indigo Collection, Autograph, Classic, Blue Harbour, Collezione, Savile Row Inspired, Big & Tall



Standpunt van Marks & Spencer over een leefbaar loon:

“Onze publieke betrokkenheid inzake het leefbaar loon wordt gedetailleerd beschreven in ons Plan A Betrokkenheid 17.1: “Een proces implementeren om ervoor te zorgen dat onze kledingleveranciers in staat zijn om een eerlijk en leefbaar loon te betalen in de minst ontwikkelde landen waar we aankopen doen, te beginnen met Bangladesh, India en Sri Lanka tegen 2015.”

Wat wij vinden:

Marks & Spencer (M&S) onderneemt momenteel belangrijke activiteiten om ervoor te zorgen dat de prijzen die het betaalt voldoende zijn om te garanderen dat aan de basisbehoeften van de arbeiders wordt voldaan. De betrokkenheid uit het ‘Plan A’ van het bedrijf om een leefbaar loon te betalen, is lovenswaardig. M&S heeft de cijfers die het gebruikt voor het benchmarken van een leefbaar loon nog niet bekendgemaakt, en een groot deel van zijn model leunt zwaar op de inkooppraktijken – zonder concrete gegevens blijven we onzeker over de echte vooruitgang die geboekt wordt.

Benchmarks voor leefbare lonen?

Ja, maar het bedrijf weigert om deze openbaar te maken.

Empowerment van arbeiders:

M&S zegt: “Onze training Betrokkenheid 17.2 ‘om samen te werken met onze leveranciers en partners om tegen 2015 in een opleidings- en scholingsprogramma voor 500.000 arbeiders te voorzien, kaart arbeidersrollen, verantwoordelijkheden en rechten aan...’ We hebben in onze opleidingsmodules specifieke onderdelen opgenomen over de vrijheid van vereniging en collectieve onderhandelingen: introductieopleiding; rechten, rollen en verantwoordelijkheden; en onze programma’s voor Effectieve Arbeider & Management Communicatie. Tot op heden werden wereldwijd meer dan 391.000 arbeiders opgeleid.”

De trainingsprogramma’s volgden in de verschillende landen verschillende modellen:

India: “(...) we hebben het Effective Worker Management Programme (EWM) ontwikkeld. Dit programma omvat een module over vrijheid van vereniging en richt zich op het creëren van een gunstig klimaat voor rechte uitoefening. Dit wordt uitgevoerd door het Center for Responsible Business ... GIZ India.” Dat werd ook in Bangladesh uitgevoerd – er werden 38 fabrieken bereikt.

Bangladesh: “(...) We hebben het Ethical Model Factory-programma (EMF) uitgerold, dat Arbeidersrechten-training en HR-systemen en Industrial Relations Management-opleidingen voor het middenmanagement en HR-personeel omvat.” Dit programma richt zich ook op productiviteitstraining en op industrial engineering, en heeft een loonsverhoging van 12-42 procent in de deelnemende fabrieken bewerkstelligd.

Bangladesh en India: “(...) het Benefits for Business and Workers (BBW)-project ... omvat een trainingsmodule gericht op het belang van de dialoog tussen arbeider en management.”

Turkije en Egypte: Er werd een workplace communication training-programma met partners in Afrika vermeld: “Dat is een tweedaagse cursus waarin het belang van werkplaatscommunicatie wordt uitgelegd, en die gebruik maakt van ervaringen van toonaangevende ethische leveranciers om mechanismen voor het verbeteren van werkplaatscommunicatie te illustreren. Er wordt een dvd gebruikt ter ondersteuning van de opleiding die illustreert hoe welzijnscomités en vakbonden de communicatie tussen het management en de arbeiders binnen toonaangevende bedrijven hebben verbeterd.”

M&S heeft klachtenlijnen voor arbeiders in China. Het bedrijf is ook een gsm-feedbackmechanisme aan het uittesten: “We zijn met behulp van mobiele technologie rechtstreeks kwantitatief onderzoek onder de arbeiders aan het uitvoeren. Arbeiders luisteren naar vragen op hun mobiele telefoons in een plaatselijke taal en reageren via hun toetsenbord. Dat levert anonieme resultaten op (...) we hebben de technologie al bij dertien leveranciers in India en Sri Lanka getest, en meer dan 2.000 arbeiders ondervraagd (...) we zullen de dienst nu naar dertig fabrieken en 22.500 arbeiders in India, Sri Lanka en Bangladesh uitbreiden, om zo feedback te verzamelen over onderwerpen als arbeidsomstandigheden, werktevredenheid en opleiding.”

Commitment en uitvoering:

M&S zegt: “De laatste vijf jaar hebben we een kostenmodel gebruikt voor onze inkooppraktijken dat de kostprijs van kleding in elk gebied opdeelt, en de directe en indirecte arbeidskosten specificeert. We hebben wereldwijd een kostprijsmodel geïmplementeerd voor onze leveranciersbasis in veertien leverancierslanden. Het model identificeert de werkelijke loonkosten tijdens de kostprijsonderhandelingen. Het is gebaseerd op standard minute values, effective work-study minutes, de efficiëntie en de kosten voor levensonderhoud evenals een theoretische loonberekening.”

M&S berekent het leefbaar loon met behulp van de volgende methode: “leefbaar loon = (basisvoedselmand per persoon) x (1/deel van het gemiddeld huishoudinkomen dat aan voedsel besteed wordt) x (grootte van het huishouden/aantal broodwinners) x 1,10

Om de nodige informatie te verzamelen om de bovenstaande formule toe te passen, hebben we voor elk gebied waar we onderzoek verrichten naar een leefbaar loon:

twintig mensen die rond de fabriek wonen ondervraagd over hun woon- en werkomstandigheden. De respondenten vertegenwoordigden een dwarsdoorsnede van de gemeenschap, met inbegrip van fabrieksarbeiders, eigenaren van kraampjes en kleine bedrijven in het gebied, gepensioneerden, huisvrouwen, enzovoorts.

De onderzoeken waren gericht op: grootte van het huishouden; aantal broodwinnaars; inhoud en kost van een mand essentiële levensmiddelen; deel van het gemiddelde huishoudinkomen dat aan voedsel besteed wordt.”

M&S maakt ook gebruik van een loonschaal die elk jaar geactualiseerd wordt door Impactt Ltd, om de voortgang te controleren.

Over inkooppraktijken zegt het bedrijf: “(...) we hebben een proces ontwikkeld dat uitstekende fabrieken de status van ‘ethical excellence’ toekent. Het proces identificeert fabrieken met uitstekende werkomstandigheden en een leefbaar loon. Dit wordt in het bedrijf gestimuleerd via de jaarlijkse bonus van de aankoopteams, die wordt afgemeten aan het aantal ‘ethical excellence’-fabrieken waar ze een beroep op deden. Dat zet fabrieken echt aan om de lonen op te trekken om die doelstelling te halen.”

Samenwerking:

Het Ethical Model Factories-programma, Benefits for Business and Workers (BBW)-programma en de betrokkenheid bij een onderzoek over Capturing the Gains werden vermeld. Het BBW-programma is een samenwerking waarbij Impactt, het Department for International Development en acht andere merken betrokken zijn. M&S heeft ook gewerkt aan ‘financiële bewustwording’, waarbij arbeiders in India lessen kregen over sparen en het gebruik van bankrekeningen: “Geosansar heeft samen met M&S zo’n zestig ‘financiële-inclusie-opleidingen’ voltooid in fabrieken die aan ons leveren. Dit resulteerde in de rechtstreekse opleiding van zo’n 10.000 ‘bankloze’ arbeiders en in nog eens 3.000 onrechtstreekse opleidingen. Cira 4.500 arbeiders openden een bankrekening en het succespercentage blijft groeien.”

Strategie:

M&S zegt: “(...) met Plan A zijn we de eerste retailer die zijn betrokkenheid publiceert voor de implementatie van een proces om te garanderen dat onze leveranciers in staat zijn om een eerlijk en leefbaar loon te betalen, door te garanderen dat de kostprijzen die we aan onze leveranciers betalen voldoende zijn. We hebben ons ertoe verbonden dat in 2015 te verwezenlijken in Bangladesh, India en Sri Lanka. We rapporteren hier jaarlijks over in ons Plan A Verslag. Het zal in de nabije toekomst een Plan A Betrokkenheid blijven.”

Productieoverzicht:

- » Aantal leveranciers: 2.000 eerstelijns kleding-, voedsel- en huishoudartikelenleveranciers wereldwijd.
- » Voornaamste productielanden: M&S heeft hier geen informatie over verstrekt.
- » M&S publiceert geen volledige, openbare lijst met namen en adressen van leveranciersfabrieken

Onze opmerkingen:

M&S heeft ons zijn berekeningsmethode voor leefbare lonen toegestuurd. Dit schept vertrouwen dat er werk wordt verricht om na te gaan wat dit werkelijk intern voor het bedrijf betekent, en dat er een proces bestaat om dit te updaten en om na te gaan of dit voor een arbeider genoeg is om van te leven – ook al weigert M&S nog steeds om ons concrete bedragen te geven.

Dit roept echter een aantal vragen op. De methode berekent een leefbaar loon op basis van bedragen uit de huidige gemiddelde situatie (die voor zover wij weten op het armoedepiil ligt). Waarom worden deze elementen niet gebaseerd op wat het zou moeten zijn? Het aantal calorieën dat door de voedselmand gedekt wordt, waarvan M&S zegt dat het gebaseerd is op de Social Accountability International (SAI) geëxtrapoleerde korfmethodologie, werd niet bekendgemaakt en is niet beschikbaar op de website van SAI. Voor ons is dit cruciaal, aangezien recent onderzoek heeft aangetoond dat veel arbeiders momenteel ernstig ondervoed zijn omdat ze niet in staat zijn voedsel te kopen. Een ander kritiekpunt op de input van M&S, is dat het bedrijf zich bedient van een zorgwekkende retoriek gericht op werknemerscommissies in plaats van dat het werkt aan echte steun voor vrijheid van vereniging.

Er werd geen samenwerking vermeld met vakbonden in plaats van NGO's. Dit bleek zowel in zijn betrokkenheid in het BBW-project als in het Ethical Model Factory-programma. Geen van beide projecten lijkt betrokken te zijn bij vakbondsbewegingen als onderdeel van een arbeidersempowermentfocus, en er wordt in het trainingsmateriaal geen melding gemaakt van vrijheid van vereniging of vakbonden. Het BBW-programma heeft zich gefocust op “het bouwen aan het idee van vrijheid van vereniging” door te proberen iets te doen aan de obstructieve houding van het management inzake collectieve arbeidersvertegenwoordiging. Dat hield in dat er trainingsprogramma's startten en het management werd gestimuleerd om samen te werken met wettelijk vereiste arbeiderscommissies in Bangladesh. Hoewel dit op korte termijn kan helpen, zijn arbeiderscommissies volgens ons niet de oplossing voor empowerment van arbeiders. Het richten op arbeiderscommissies, brengt het risico met zich mee dat er ‘parallele instrumenten’ bij het management aangemoedigd worden als een manier om functionele vakbondsbewegingen te vermijden.

Arbeiderscommissies beschikken niet over de macht om collectieve onderhandelingen te voeren over iets anders dan secundaire voordelen of minimale loonsverhogingen, ze hebben het recht niet om industriële actie te ondernemen om hun positie te versterken, ze kunnen vaak geen onafhankelijke verkiezingen houden, en ze zijn meestal beperkt tot individuele werkplaatsen – wat betekent dat hun leden niet kunnen deelnemen aan campagnes om de lonen en omstandigheden te verbeteren op een sectoraal, nationaal of regionaal niveau. Al bij al is dat niet al te positief voor arbeiders of voor veranderingen op lange termijn. Een betrokkenheid of strategie om over te gaan tot acties voor empowerment van arbeiders, met het oog op samenwerking met vakbonden, zou een goede stap vormen. We zijn ook sceptisch over het feit dat M&S steunt op productiviteit als instrument om de lonen van minimumlonen op te trekken naar leefbare lonen. Zowel het Ethical Model Factory-programma als het BBW-project focust voornamelijk op productiviteitsverbeteringen, maar zoals we altijd gezegd hebben over productiviteitsverbeteringen, zijn zeer kleine loonsverhogingen vaak het enige resultaat, terwijl er juist grote verhogingen van de loonniveaus nodig zijn. De loonsverhoging van zeven procent die bijvoorbeeld in Bangladesh bereikt werd door het BBW-project is zeer klein, gezien het feit dat het minimumloon uiteindelijk met tachtig procent werd verhoogd (na het einde van dit project) – en dat zelfs dit nog steeds niet in de buurt komt van een leefbaar loon. Daarom zijn wij niet geneigd om dit een project voor een leefbaar loon te noemen.

Zelfs als het project er niet in slaagt een leefbaar loon te bewerkstelligen, kan een aantal van de oefeningen om vertrouwen te scheppen met het management, wel uitmonden in verbeteringen.

We zijn blij te zien dat M&S gewerkt heeft aan het geven van financiële beloningen voor inkopers om te kopen uit fabrieken waarvan M&S zegt dat ze leefbare lonen betalen. Dit is een stap in de goede richting. Hoewel wij dat niet beschouwen als een klachtenmechanisme, lijkt het erop dat M&S ook interessant werk realiseert met het gebruik van gsm-technologie om feedback van de arbeiders te krijgen. Al met al lijkt er interessante vooruitgang geboekt te worden. Het is onmogelijk om de echte voordelen in te schatten voor arbeiders die de kleren van M&S maken, omdat er geen bedragen werden bekendgemaakt. M&S zou veel meer kunnen doen om wereldwijd lonen te verbeteren door transparanter te zijn in zijn businesspraktijken en door gegevens te delen. Dat zou een goed voorbeeld kunnen vormen voor andere merken om zich ook hiervoor in te zetten.

Mango

Geen
verant-
woordelijk-
heid

Merken: Mango, H.E. by Mango, Mango Kids, Violeta

Empowerment van arbeiders:



Commitment en uitvoering:



Samenwerking:



Strategie:



Totale score:



Standpunt van Mango over een leefbaar loon:

Mango zegt (in zijn gedragscode):
“Producenten zullen garanderen dat de lonen alle wetgeving strikt naleven. Zo zal ook het wettelijke minimumloon als het legale minimum beschouwd worden, maar niet als een aanbevolen loonniveau.” Het vertelde ons ook dat “de meeste van onze leveranciers hun eigen loonbeleid hebben dat het minimumloon volgt (...) maar dat zij ook vergoedingen geven voor woning, voedsel, vaardigheden, productiviteit, enzovoorts. Wij steunen zo’n beleid en moedigen het aan.”

Wat wij vinden:

Mango heeft zich nog op geen enkele manier ingezet om te garanderen dat de arbeiders in zijn leveranciersfabrieken een leefbaar loon ontvangen, zelfs niet in zijn gedragscode, hoewel het beweert dat die overeenstemt met onze definitie van een leefbaar loon. Een leefbaar loon moet uitbetaald worden als een basisloon, zonder extra’s of willekeurige bonussen, aangezien dat het enige basisloon is waarop de arbeiders kunnen rekenen. De leveranciers gewoon “aanmoedigen” zal niet voldoende zijn om ervoor te zorgen dat de lonen tot een leefbaar loonniveau worden opgetrokken.

Benchmarks voor leefbare lonen?

Nee.

Empowerment van arbeiders:

Mango zegt: “In veel van onze fabrieken is een percentage van de arbeiders lid van arbeidersverenigingen of lokale vakbonden. Dat komt in bepaalde landen traditioneel meer voor dan in andere. Mango steunt altijd de vrijheid van arbeiders om zich te kunnen verenigen, en dat is ook merkbaar tijdens trainingen met leveranciers en fabrieksmanagers.” Mango vertelde ons ook dat het regelmatig de Spaanse vakbond CCOO (Confederación Sindical de Comisiones Obreras) ontmoet om over deze kwesties te praten, en werkt aan het uitbreiden van een relatie met de internationale vakbond IndustriALL.

Commitment en uitvoering:

Tot nu toe heeft Mango zich niet ingezet om een leefbaar loon te betalen en is het niet betrokken bij acties om zijn eigen inkooppraktijken te onderzoeken.

Samenwerking:

Mango maakte plannen kenbaar voor een project met CCOO in Marokko, maar gaf geen details met betrekking tot het doel, de omvang of het tijdsbestek van het project. Het feit dat het praat met vakbonden in Spanje is een teken van openheid voor een positieve betrokkenheid bij de vrijheid van vereniging, maar dat moet vertaald worden naar praktische en actieve stappen om dat in de werkelijkheid te ondersteunen.

Strategie:

Mango heeft geen langetermijnstrategie om te garanderen dat de arbeiders in zijn fabrieken een leefbaar loon uitbetaald krijgen.

Productieoverzicht:

- » Aantal leveranciers: 100% van de bestellingen wordt rechtstreeks bij de leveranciersfabrieken geplaatst. In 2012 kocht Mango bij 264 leveranciers, met wie het met 70% al langer dan vijf jaar samenwerkte.
- » Voornaamste productielanden: China (42%), Turkije (12%), Zuid-Korea (9%), Spanje (8%), Marokko (6%), Bangladesh (6%), India (5%), Vietnam (4%).
- » Mango publiceert geen volledige, openbare lijst met namen en adressen van leveranciersfabrieken, maar het bezorgt CCOO wel een lijst.

Onze opmerkingen:

De benadering van Mango is volledig gebaseerd op een auditmodel dat uiterst inefficiënt is gebleken bij het aanpakken van fundamentele problemen zoals het leefbaar loon en de vrijheid van vereniging. Als Mango arbeidersrechten serieus wil gaan nemen, moet meer dan deze benadering hanteren, en moet het proactieve stappen ondernemen om deze rechten aan te pakken. Dit vereist een duidelijke betrokkenheid bij het principe van een leefbaar loon en het ontwikkelen van benchmarks om de vorderingen te meten. Ook moet het bedrijf kijken naar de impact van zijn eigen inkooppraktijken en zowel strategisch als collaboratief samenwerken met de vakbonden, arbeiders en andere bedrijven. Zolang Mango niet meer verantwoordelijkheid neemt voor het aanpakken van arbeidersrechtenkwesties, verwachten wij weinig verbetering in de lonen en omstandigheden in de leveranciersfabrieken van Mango.

Mexx

Merken: Mexx

Niets te vertellen

Empowerment van arbeiders: Commitment

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

1 2 3

Totale score:

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14

**INFO
NODIG!**

Strategie:

7 8 9 10

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

5 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40

Standpunt van Mexx over een leefbaar loon:

Mexx zegt: “Mexx hanteert strenge normen in de samenwerking met haar inkooppartners. In het kader van ons programma voor maatschappelijk verantwoord ondernemen zijn alle bedrijven die produceren voor Mexx verplicht zich te conformeren aan een juridisch bindende Gedragscode.”

Benchmarks voor leefbare lonen?

Nee.

Empowerment van arbeiders:

Mexx verwijst naar de gedragscode van BSCI. Daarin is het recht op vrijheid van vakvereniging opgenomen.

Samenwerking:

Mexx zegt “Mexx is lid van het BSCI. Mexx gelooft dat we samen meer kunnen bereiken. Door ons samen met onze partners bij gezamenlijke initiatieven aan te sluiten, kunnen we ervaringen delen met collega's en samen ijveren voor meer transparantie in de kledingsector – dat maakt integraal deel uit van onze maatschappelijke verantwoordelijkheid als onderneming.”

Commitment en uitvoering:

De website van Mexx vermeldt hier niets over.

Strategie:

Er wordt op de website van Mexx niet verwezen naar een strategie of meerjarenplan om tot leefbare lonen te komen.

Wat wij vinden:

Mexx verwijst op haar website naar de BSCI gedragscode. Net als andere merken doen, worden de standpunten van BSCI herhaald, zonder dat er werk van gemaakt wordt. Niets op de website van Mexx geeft blijk van een serieuze betrokkenheid om de lonen tot een leefbaar niveau te verhogen.

Productieoverzicht:

- » Aantal leveranciers: de website van Mexx biedt hierover geen informatie.
- » Voornaamste productielanden: Mexx publiceert op zijn website een lijst met de volgende productielanden: Bangladesh, Bulgarije, Belarus, China, Griekenland, Indonesië, India, Italië, Litouwen, Macedonië, Portugal, Roemenië, Turkije, Oekraïne en Vietnam. Hierbij worden geen productievolumes genoemd.
- » Mexx publiceert geen volledige, openbare lijst met namen en adressen van leveranciersfabrieken.

Onze opmerkingen:

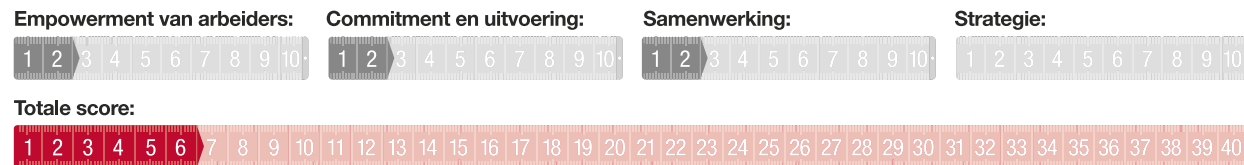
Het is onaanvaardbaar dat Mexx op zijn website slechts verwijst naar het BSCI lidmaatschap. De BSCI benadering ontbeert elk middel om lage lonen aan te pakken.



New Balance

Kan
beter

Merken: New Balance, Aravon, Warrior, Brine, PF Flyers, Dunham, Cobb Hill



Standpunt van New Balance over een leefbaar loon:

“New Balance zegt toe zijn programma af te stemmen op de standaarden in de gedragscode van de FLA (Fair Labor Association). In de code van de FLA staat dat ‘elke arbeider het recht heeft op beloning voor een reguliere werkweek die voldoende is om te voorzien in zijn basisbehoeften en voor een beschikbaar inkomen voor onvoorziene uitgaven (...)’

Als de compensatie niet voldoende is voor de basisbehoeften en een beschikbaar inkomen, moet de werkgever samen met de FLA actie ondernemen om ervoor te zorgen dat de beloning wel toereikend wordt’.”

Wat wij vinden:

New Balance (NB) onderneemt erg weinig om te garanderen dat arbeiders in de toeleveringsketen een leefbaar loon krijgen. Zonder een definitie van een leefbaar loon of projecten op dit gebied is de toezegging dat het bedrijf ervoor wil zorgen dat arbeiders kunnen voorzien in hun basisbehoeften, niet meer dan een loze belofte.

Benchmarks voor leefbare lonen?

Nee.

Empowerment van arbeiders:

New Balance zegt dat leveranciers de vrijheid van vereniging moeten respecteren omdat dit in de leverancier-sovereentenkomsten staat. Het bedrijf voegt eraan toe: “In Indonesië hebben we aanvullende maatregelen genomen voor de vrijheid van vereniging door het ondertekenen van een landelijk protocol, dat ook door onze leveranciers van schoeisel moet worden ondertekend en geïmplementeerd.”

Commitment en uitvoering:

Over de prijsbepaling zegt New Balance: “In de berekening van de productiekosten van schoeisel houden we specifiek rekening met de arbeidskosten.”

Samenwerking:

New Balance heeft samen met andere afnemers gewerkt aan de betaling van sociale verzekeringen bij Chinese leveranciers: “NB neemt een duidelijke positie in met betrekking tot sociale verzekeringen, zeker in China, waar er doorgaans te weinig wordt betaald aan sociale verzekeringen (...) In schoen- en kledingfabrieken die worden gedeeld met andere merken, heeft NB de andere merken gevraagd om er samen voor te zorgen dat er wordt betaald voor sociale verzekeringen.”

Strategie:

New Balance zegt: “NB onderkent het belang van een progressieve totstandkoming van de loonstandaard, zoals vermeld in de gedragscode van de FLA. Daarom is NB van plan om in 2014 via de FLA toe te treden tot het Fair Wage-project. Zo hopen we op een aantoonbare manier te kunnen vaststellen hoe we de verschillende Fair Wage-aspecten kunnen implementeren bij uiteenlopende leveranciers.”

Productieoverzicht:

- » Aantal leveranciers: Ongeveer 200 directe leveranciers.
- » Voornaamste productielanden: VS, China, Vietnam, Indonesië.
- » New Balance publiceert een volledige, openbare lijst met namen en adressen van leveranciersfabrieken.

Onze opmerkingen:

New Balance hanteert sinds kort de formulering van de FLA dat lonen voldoende moeten zijn om te voorzien in basisbehoeften. Wij hopen dat dit nu ook wordt geïntegreerd in de werkwijze van het bedrijf, zodat de mensen die de producten maken, kunnen rekenen op een leefbaar loon. Op dit moment wordt er niet of nauwelijks naar deze doelstelling toegewerkt.

Een eventuele samenwerking met het Fair Wage Network zal zeker helpen. We hopen dat deze nieuwe activiteiten vooral zijn gericht op het verhogen van lonen tot het niveau van een leefbaar loon, en niet op de minder belangrijke aspecten van het loonbeleid.

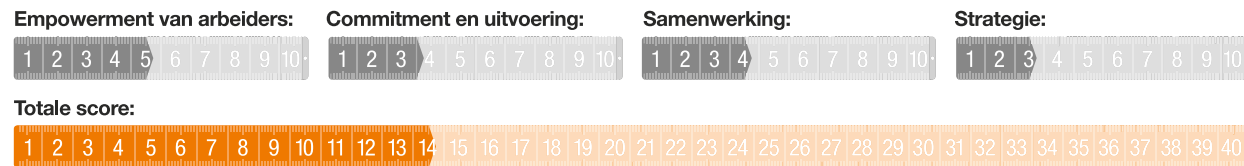
Het is goed dat New Balance nu al de specifieke arbeidskosten doorberekent in de productiekosten. We nemen aan dat deze arbeidskosten nu nog gelijk zijn aan het minimumloon. Naarmate New Balance vooruitgang boekt in het garanderen dat lonen voorzien in de basisbehoeften, is deze praktijk een goede basis om ervoor te zorgen dat het niveau van een leefbaar loon in de productiekosten is verdisconteerd.

Het is ook goed dat New Balance het Indonesia Protocol heeft ondertekend. Als het bedrijf het geleerde ook elders in de toeleveringsketen en in samenwerking met andere afnemers toepast, zal dat de resultaten op dit gebied zeker ten goede komen.

We hopen dat New Balance hier komend jaar vooruitgang in boekt. Het bedrijf heeft nog veel werk voor de boeg.

New Look

Merken: New Look



Standpunt van New Look over een leefbaar loon:

“We geloven in een stapsgewijze verhoging van de lonen tot het niveau van een leefbaar loon, met de nadruk op de ontwikkeling van methodologieën en benaderingen die daadwerkelijk leiden tot hogere lonen. Deze lonen zijn in veel contexten niet op het niveau van een leefbaar loon, maar we kunnen wel aantonen dat er aanzienlijk hogere lonen in de zakken van de arbeiders terechtkomen.”

Wat wij vinden:

New Look gebruikt tegenwoordig loonladders voor het benchmarken van lonen en onderneemt interessante activiteiten in China en Bangladesh. Er moet wel meer werk worden verricht op het gebied van de prijzen.

Enig Initiatief

Benchmarks voor leefbare lonen?

Ja.

Empowerment van arbeiders:

New Look zegt: “We hebben de managers in al onze vijftig fabrieken in Bangladesh getraind en geven de arbeiders in 24 fabrieken voorlichting over arbeidersrechten en de vrijheid van vereniging. Ook hebben we in 49 fabrieken personeelsraden opgericht. In China hebben we negen fabrieken geholpen met het oprichten van personeelsraden, terwijl we arbeiders in twintig fabrieken in India hebben voorgelicht over arbeidersrechten.”

Daarnaast werkt New Look momenteel aan “voorlichting over de vrijheid van vereniging voor bijna honderd fabrieken en leveranciers in Bangladesh, India en Turkije”.

New Look heeft ook een klachtenlijn voor arbeiders.

Commitment en uitvoering:

New Look gebruikt de loonladder van de Fair Wear Foundation voor het benchmarken van leefbare lonen, inclusief de benchmarks van de Asia Floor Wage (AFW). In China onderneemt New Look strategische activiteiten met twaalf fabrieken, waarbij de AFW als benchmark wordt gebruikt. Uit de resultaten blijkt dat 75 procent van de gemiddelde maandsalarissen in de fabrieken inmiddels hoger is dan de AFW.

Wat betreft de inkooppraktijken werkt het bedrijf onder meer aan een afslanking van het leveranciersbestand en gebruikt het intern een ethische scorekaart die wordt gebruikt voor inkoopbeslissingen.

Over de kortlopende contracten in Noord-India zegt New Look: “De afgelopen twee jaar hebben we met acht fabrieken samengewerkt om het probleem van de kortlopende contracten aan te pakken (...) Het resultaat is dat sommige fabrieken zijn begonnen met het verbeteren van de contracten door de arbeiders in loondienst te laten deelnemen aan een fonds voor sociale voorzieningen en de ESI (Employees’ State Insurance, staatsverzekering voor werknemers). Ook werken ze samen met lokale overheden aan het correct invullen van de papieren.”

Samenwerking:

Ook werd melding gemaakt van vergaderingen met Cambodjaanse vakbonden waarbij bepaalde eisen van de vakbonden dankzij de bemoeienis van New Look werden ingewilligd door de fabrieksleiding.

New Look is lid van het Ethical Trading Initiative.

New Look zegt: “Elf van onze fabrieken nemen deel aan het programma Benefits for Business and Workers (BBW) – vijf in Bangladesh en zes in India. Dit is een samenwerkingsproject van acht retailers dat wordt ondersteund door het RAGS (Responsible and Accountable Garment Sector)

Challenge Fund van het Department of International Development en wordt beheerd door Impactt (...) Al met al steeg het gemiddelde netto maandinkomen in Bangladesh met 7,63 procent (...) In India steeg het netto maandinkomen met 5,09 procent.” Ook was er een verlaging van het aantal werkuren. Deze resultaten waren te danken aan betere trainingen en productiviteitsverbeteringen.

Strategie:

New Look zegt: “We pakken het probleem van lage lonen aan met een combinatie van maatregelen:

1. We trainen onze inkopers, zodat ze begrijpen wat de gevolgen van hun inkooppraktijken zijn voor arbeiders (...)
2. Belangrijk is dat we langetermijnrelaties opbouwen met onze leveranciers (...)
3. We organiseren veel verbeterprojecten en trainingen voor de arbeiders en leidinggevenden op onze belangrijkste locaties. Zo begrijpt het management beter wat de behoeften van arbeiders zijn en verbeteren we hun vaardigheden en capaciteiten om aan deze behoeften te voldoen.

“We implementeren ook twee projecten in India en Bangladesh waarbij arbeiders de beschikking krijgen over een bankrekening. Dit is van essentieel belang als de lonen hoger worden, omdat dit de kosten voor arbeiders drukt en ze voor een redelijke prijs gebruik kunnen maken van bankoverschrijvingen en spaarproducten.”

New Look voegt eraan toe: “In een fabriek in het Verenigd Koninkrijk testten we een methodologie waarbij de lonen van arbeiders worden verhoogd door de vaardigheidsniveaus te verbeteren en hier periodieke loonsverhogingen aan te koppelen. Dit project loopt nog, maar we zullen in de toekomst zeker verslag doen van de resultaten.”

New Look heeft voor zichzelf de volgende doelstellingen gesteld voor het komende jaar: “Samen met dertig belangrijke fabrieken in China werken aan het vaststellen van streefcijfers voor hogere lonen; voortzetten van de samenwerking met twaalf fabrieken in het programma RAGS BBW (Benefits for Business and Workers) in India en Bangladesh voor het bewaken en ondersteunen van loonsverhogingen, waarbij ernaar wordt gestreefd om het gemiddelde uurloon met tien procent te laten stijgen; ondersteunen van twee fabrieken in China om het gemiddelde uurloon met tien procent te laten stijgen.”

Productieoverzicht:

- » Aantal leveranciers: 917 directe leveranciers.
- » Voornaamste productielanden: China (48%), Cambodja (14%), Bangladesh (12%), Verenigd Koninkrijk (7%), Moldavië (5%), Turkije (3%), India (3%), Vietnam (2%), Pakistan (2%), Roemenië (2%), overige landen (2%).
- » New Look publiceert geen volledige, openbare lijst met namen en adressen van leveranciersfabrieken.

Onze opmerkingen:

New Look neemt deel aan het project Benefits for Business and Workers (in samenwerking met adviesbureau Impactt en met andere merken), dat is gericht op een vergroting van de fabriekscapaciteit en de verbetering van de communicatie en het probleemoplossend vermogen van de fabrieken. Een van de resultaten van het BBW-project is dat de lonen zijn gestegen als gevolg van productiviteitsverbeteringen, maar zoals we al wisten, zijn loonsverhogingen als gevolg van productiviteitsverbeteringen minimaal. De loonstijging van 7 procent in Bangladesh door een verbeterde efficiency is inderdaad een verhoging, maar omdat het minimumloon onlangs met tachtig procent werd verhoogd (na afloop van het project) en dit nog steeds niet in de buurt komt van een leefbaar loon, vinden wij dat er hier nauwelijks sprake is van een leefbaar loonproject. New Look en Impactt benadrukken echter dat de “transformationele verandering” en “meer zeggenschap voor arbeiders” ook belangrijke aspecten van het project zijn, ook al leidt het dan niet tot leefbare lonen. Wij hebben daar onze bedenkingen bij.

Ons tweede punt van zorg met betrekking tot het project is dat de nadruk op meer zeggenschap voor arbeiders niet in samenspraak met de vakbonden is gedaan. Verder is er in de verstrekte trainingsmaterialen geen aandacht voor de vrijheid van vereniging en vakbonden. Het programma is gericht op het “bouwen aan het idee van vrijheid van vereniging” door het wantrouwen van leidinggevenden ten opzichte van collectieve arbeidersvertegenwoordigers weg te nemen. Daartoe wordt gebruik gemaakt van trainingsprogramma's en wordt het management aangespoord om te onderhandelen met wettelijk verplichte personeelsraden. Hoewel dit op de korte termijn zeker kan helpen, leiden personeelsraden volgens ons niet tot structureel meer zeggenschap voor arbeiders. Het gevaar bestaat namelijk dat het management deze constructie gebruikt om niet te hoeven onderhandelen met vakbewegingen. Personeelsraden zijn alleen bevoegd

om te onderhandelen over niet-wettelijke collectieve arbeidsvoorwaarden en geringe loonstijgingen, hebben niet het recht om vakbondsacties te organiseren om hun standpunten kracht bij te zetten, kunnen vaak geen onafhankelijke verkiezingen organiseren en zijn meestal beperkt tot afzonderlijke werklocaties. Daardoor kunnen leden niet deelnemen aan campagnes ten behoeve van de verbetering van lonen en arbeidsvoorwaarden op sectoraal, nationaal of regionaal niveau.

Kortom: op de lange termijn hebben arbeiders er niet zoveel aan. Het zou beter zijn om de activiteiten in het kader van het BBW-project meer te richten op samenwerking met vakbonden.

Naast de deelname aan het BBW-programma onderneemt New Look ook andere activiteiten ten behoeve van de vrijheid van vereniging en andere fabrieksprojecten. Dit is een goede zaak. Hun inspanningen om de problemen met kortlopende contracten in Noord-India aan te pakken, klinken interessant. We hopen dat deze activiteiten zich uitbreiden naar de fabrieken van New Look in Cambodja, waar dit probleem eveneens bestaat.

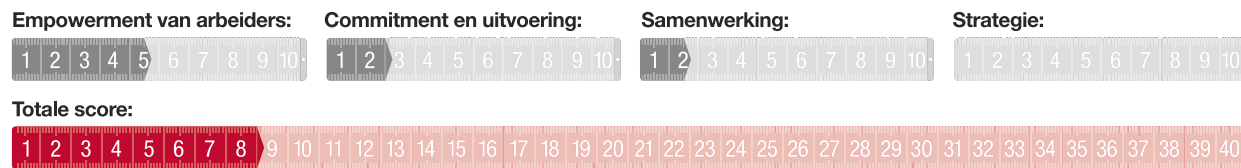
We zijn blij dat New Look nu ook gebruik maakt van de loonladder van de Fair Wear Foundation voor het benchmarken van leefbare lonen in de landen van zijn leveranciers. Het is ook indrukwekkend dat in China inmiddels leefbare lonen worden betaald. We hopen dat New Look zijn best doet om dit ook op grotere schaal te bewerkstelligen, en serieus gaat deelnemen aan projecten in dit kader. Het is hoe dan ook positief dat het bedrijf voor deze route lijkt te hebben gekozen. Nu is het zaak dat New Look zich daadwerkelijk gaat inspannen om de prijsbepalingen en de interne kostenberekeningen aan te pakken, zodat deze leefbare lonen ook kunnen worden uitbetaald.



Nike

Kan
beter

Merken: Nike, Nike Golf, Jordan, Hurley, Converse



Standpunt van Nike over een leefbaar loon:

“Wij steunen lopende werkzaamheden om lonen te bestuderen en hun impact op arbeiders en gemeenschappen te begrijpen. Nike gelooft sterk dat de verantwoordelijkheid voor duurzame systeemverandering door overheden, producenten, NGO’s, merken, vakbonden en fabrieksarbeiders gedeeld moet worden.

We blijven ons inzetten om nauw samen te werken met onze contractfabrieken en te investeren in hun vermogen om de vereisten van de Gedragscode van Nike te kunnen naleven en om aan de gezondheids- en veiligheidsbehoeften te voldoen van de arbeiders die ze tewerkstellen.”

Wat wij vinden:

Nike steunt het principe van een leefbaar loon, maar in de praktijk wordt nog steeds weinig gedaan om de lonen te verhogen tot boven het minimumniveau.

Benchmarks voor leefbare lonen?

Nee.

Empowerment van arbeiders:

Nike heeft het Freedom of Association Protocol in Indonesië ondertekend en nam deel aan zijn ontwikkeling. Nike geeft ook een “(...) Human Resources Management-trainingprogramma, dat training over de vrijheid van vereniging inhoudt.” Tot nu toe werd het in 76 fabrieken in Vietnam, China, Indonesië, Sri Lanka, India en Thailand gegeven, wat overeenkomt met 422.000 arbeiders. Nike heeft een beleid over kortlopende contracten dat het gebruik van zulke contracten (die vaak als een obstakel voor vrijheid van vereniging gebruikt worden) beperkt tot 15 procent van de arbeidskrachten.

Commitment en uitvoering:

Nike gebruikt een rangschikkingssysteem voor leveranciersprestaties als onderdeel van zijn inkoopbeslissingen dat arbeidsnormen omvat. Leveranciers krijgen incentives om zich hoger te rangschikken binnen dit systeem, met inbegrip van voorkeursbestellingen en toegang tot training. Nike werkt er ook aan aankopen te doen bij fabrieken die beantwoorden aan de Fair Wage Assessment-criteria. Dit zal gebeuren onder de vorm van een nieuwe audittool.

Als antwoord op de vraag of er rekening gehouden wordt met de kosten van een leefbaar loon in de prijsberekening van het bedrijf, zei Nike: “Ja, ons kostprijsberekeningsmodel omvat wettelijke vereiste loonniveaus zoals vereist in onze Gedragscode.”

Nike heeft geen benchmarks voor een leefbaar loon.

Samenwerking:

In samenwerking met de Fair Wage-werkgroep van de Fair Labor Association zegt het bedrijf: “Nike begint ook samen met fabrieken uit te zoeken hoe zij de lonen van de arbeiders kunnen verhogen en tegelijkertijd een financieel competitieve onderneming kunnen blijven. Wij kennen de oplossing hiervoor niet, maar we werken samen met niet-gouvernementele organisaties, academici, fabrieken en andere bedrijven om uit te zoeken hoe dit kan werken.”

Strategie:

Naast de vermelde betrokkenheid in Fair Wage Assessment, heeft Nike “naar zijn toeleveranciers de verwachting gecommuniceerd dat zich commiteren om een proces te ontwikkelen en te implementeren dat het belonen van werknemers (lonen en voordelen) geleidelijk verhoogt, om uiteindelijk aan de basisbehoeften van de werknemers te voldoen, met inbegrip van een vrij besteedbaar inkomen.”

Productieoverzicht:

- » Aantal leveranciers: 774 eerstelijnsleveranciers.
- » Voornaamste productielanden: Nike produceert in 42 landen over de hele wereld. Zie <http://nikeinc.com/pages/manufacturing-map> voor de volledige kaart.
- » Nike publiceert een volledige, publieke lijst met namen en adressen van leveranciersfabrieken.

Onze opmerkingen:

Het langetermijnplan van Nike om de lonen te verhogen, lijkt te zijn dat er van leveranciers verwacht wordt dat zij de leiding zullen nemen. Dat zal niet werken. Het tijdperk waarin het voldoende was om een leveranciersfabriek gewoon een gedragscode te geven en te verwachten dat alles wat erin stond uitgevoerd zou worden, ligt al lang achter ons. Zelfs met aankoopssystemen die de leveranciers aanmoedigen om de lonen te verhogen, zal de neerwaartse prijsdruk altijd winnen. Daarom hebben we consistent gezegd dat merken interne benchmarks voor leefbare lonen moeten aannemen en genoeg moeten betalen om leveranciers de mogelijkheid te geven dat bedrag aan de arbeiders te betalen. Deze betrokkenheid bij ingebouwde prijsstijgingen is vitaal. Tot nu toe heeft Nike nagelaten dit te doen.

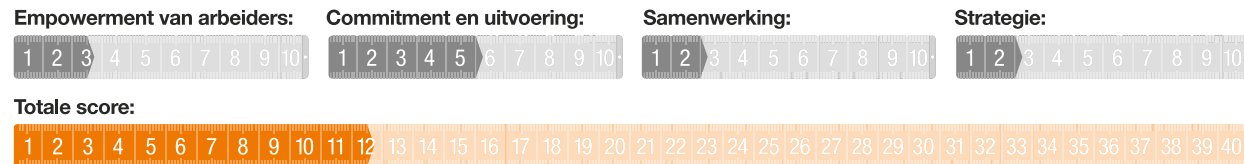
Nike heeft wat werk verricht aangaande zijn kortlopende contractenbeleid, en dat is goed. Deze contracten vormen in veel landen een barrière voor werknemersvoordelen en -rechten, en een duidelijke boodschap over het beperken van het gebruik van dergelijke contracten is belangrijk voor de vele vakbonden waarmee wij samenwerken. Wij hopen dat Nike verder zal werken aan het implementeren van dit beleid binnen zijn leveranciersbasis en de lessen daaruit zal delen. Nike heeft het Indonesia Protocol ondertekend, wat een zeer goede zaak is. Werk om dit te implementeren en zijn doeltreffendheid op te volgen, moet de basis vormen van het werk om de lonen in Indonesië te verbeteren.

Acties inzake Fair Wage Assessments werden op een aantal plaatsen vermeld. We zijn blij dat Nike het debat aangaat over de betekenis van een fair wage, maar we hopen dat dit Nike niet zal afleiden van het belangrijkste probleem: het feit dat de arbeiders momenteel aanzienlijk minder betaald krijgen dan het bedrag dat nodig is om waardig te kunnen leven. Het Fair Wage Assessment kent evenveel waarde toe aan een aantal kwesties inzake ‘de manier waarop de lonen uitbetaald worden’ en kwesties inzake ‘hoeveel het loon bedraagt’. Voor ons, en voor arbeiders die wereldwijd protesteren, is dat laatste altijd immens veel belangrijker. Als leveranciers een lijst met twaalf maatregelen krijgen waarvan er één “Betaal meer” luidt, dan zullen ze eerst de andere elf dingen doen. Terwijl Nike zijn werk hieromtrent verderzet, willen we het bedrijf aanmoedigen om rekening te houden met deze prioriteit.

Primark

Enig
Initiatief

Merken: Primark, Atmosphere, Cedarwood State, B&W, Denim Co., Love to Lounge, Young Dimension, No Secret, Ocean Club, Secret Possessions



Standpunt van Primark over een leefbaar loon:

“Wij gaan akkoord met het principe dat een leefbaar loon de basisbehoeften zou moeten dekken, evenals een vrij besteedbaar inkomen en spaargeld moet verstrekken en moet toelaten om voor anderen in het gezin te zorgen.

Wij erkennen de inherente uitdagingen bij het bepalen en berekenen van een bedrag voor een leefbaar loon, en zijn tot de conclusie gekomen dat de onderhandelde benadering de meest praktische en duurzame benadering blijft, en we ondersteunen daarom de ontwikkeling van volwassen industriële relaties om dit te verwezenlijken.”

Wat wij vinden:

Wat Primark antwoordde, betuigt van echt werk dat de lonen zal verbeteren voor de arbeiders die zijn kleren maken, evenals van een sterke betrokkenheid en sterke praktijken. Op strategieniveau bevinden de projecten zich echter nog op piloot- of onderzoeksniveau en steunt het sterk op de basiscode van het Ethical Trading Initiative (ETI) in plaats van op lange-termijnbouwblokken om tot de betaling van een leefbaar loon te komen.

Benchmarks voor leefbare lonen?

Nee.

Empowerment van arbeiders:

Primark zegt: “Wij erkennen het belang van VvV (vrijheid van vereniging) volledig als een emanciperend recht van arbeiders om een leefbaar loon te verdienen en hebben dit als een fundamenteel element in onze strategie opgenomen. Dit bouwt verder op het werk dat we tot nu toe uitgevoerd hebben om de complexiteiten van de vrijheid van vereniging, het spectrum van de benaderingen, de onderliggende wettelijke contexten en de rollen en verantwoordelijkheden van de stakeholders, met inbegrip van Primark, als verantwoordelijke retailers te begrijpen.”

Primark heeft een onderzoek ingesteld over wat goede VvV-praktijken zijn, “in overleg met TUC (de internationale vakbond ‘Trades Union Congress’), ITGLWF (nu deel van IndustriALL Global Union), IAO (Internationale Arbeidsorganisatie), auditbedrijven en andere experts”, en hoopt dit te gebruiken om benchmarks te bepalen.

Primark zegt dat het “verschillende proefprojecten heeft die training over vrijheid van vereniging voor arbeiders inhouden.” Het voert sinds 2009 een project uit in India dat arbeiders informeert over “werkplaatsrechten, arbeidswetten, vakbonden en vrijheid van vereniging.” Dit werd gegeven in niet-fabrieksgebonden discussiegroepen in samenwerking met de NGO SAVE (Social Awareness and Voluntary Education).

Primark werkt aan de ontwikkeling van klachtenlijnen in Noord-India en Bangladesh. Er bestaat al een klachtenlijn in Zuid-India.

Commitment en uitvoering:

Primark zegt: “Onze huidige focus ligt op het consolideren van onze leveranciersbasis, met als doel onze relatie met de bestaande strategische leveranciers te versterken en sterke relaties te ontwikkelen met de nieuwe leveranciers die aantonen dat ze in staat zijn om hun bedrijf efficiënt uit te bouwen en tegelijkertijd proactief belangrijke prestatiekwesties aan te pakken, met inbegrip van ethische handelkwesties.”

Primark heeft een rangschikkingssysteem voor fabrieken dat “kopers in staat stelt om de prestaties van leveranciers constant te evalueren met betrekking tot alle aspecten van onze gedragscode met inbegrip van lonen, en om de productie te verplaatsen naar de leveranciers die verbeterde en duurzame ethische prestaties kunnen aantonen.” Het werkt ook aan de ontwikkeling van een scorekaartsysteem om inkopers nog beter te kunnen helpen. Primark zegt dat: “Open kostprijsberekening met leveranciers steeds meer de norm wordt binnen onze industrie. We hebben

kostenmodellen voor alle producttypes ontwikkeld die duidelijkheid bieden over de kosten voor een fabriek, met inbegrip van de arbeidskosten en de vaste kosten (...) Op die manier hebben we zicht op de betaling van eerlijke lonen aan fabrieksarbeiders op alle productielocaties.”

Samenwerking:

Primark is lid van het ETI, en neemt met andere ETI-leden deel aan de acties over een leefbaar loon. Primark heeft met IndustriALL en IndustriALL Bangladesh Council samengewerkt aan korte- en langetermijncompensaties voor de slachtoffers van Rana Plaza – hoewel dit geen loongereleerd werk is.

Strategie:

Primark werkt, samen met verschillende consultants, overheidsinstanties en producentenverenigingen, aan proefprojecten in zeven fabrieken in Bangladesh en China. Projecten die focussen op behoeften van arbeiders, training en hulp inzake productiviteitsverbeteringen, human resources, naleving, arbeider-managementdialoog en onderhandelingen, en conflictoplossing op de werkplek.” Er werden geen resultaten meegedeeld in termen van effectieve loonsverhogingen. Primark zegt dat dit komt omdat de resultaten van fabriek tot fabriek verschillen: “In de ene fabriek onderhandelden de arbeiders tot drie keer toe over stijgingen in stukloonprijzen dankzij de vaardigheden en de training die ze in het proefproject gekregen hadden. Op dezelfde manier introduceerde een andere fabriek een bonussysteem waarbij 1 procent van de winst onder alle arbeidskrachten verdeeld wordt.” Primark zegt: “Primark werkt aan de ontwikkeling van een holistische strategie om naar de lonen te kijken, met afzonderlijke benaderingen voor elk land. De strategie baseert zich op onze proefprogramma’s en op het onderzoek dat tijdens de laatste twee jaar verricht werd, en zal zich focussen op, maar niet beperken tot, fundamentele onderwerpen zoals empowerment van arbeiders, fabrieksverbeteringen, betrokkenheid van stakeholders en benchmarks voor leveranciersprestaties.”

Productieoverzicht:

- » Aantal leveranciers: Primark heeft hier geen informatie over verstrekt.
- » Voornaamste productielanden: Primark heeft hier geen informatie over verstrekt.
- » Primark publiceert geen volledige, openbare lijst met namen en adressen van leveranciersfabrieken.

Onze opmerkingen:

Primark is lid van ETI en de betrokkenheid bij een leefbaar loon staat in zijn gedragscode vermeld, maar het bedrijf heeft nog steeds niet gedefinieerd wat dit betekent op het vlak van de bedragen voor de werkelijke lonen en hoe het kan controleren of dit uitbetaald wordt aan de arbeiders die zijn kleren maken. Voor een bedrijf dat veel te bewijzen heeft als het zegt dat het zijn arbeiders niet uitbuit door zijn spullen zo goedkoop te verkopen, heeft het nog veel werk voor de boeg. Primark zegt dat zijn benadering van de betaling van een leefbaar loon gebaseerd is op de “onderhandelde benadering”, wat betekent dat het de vakbonden ondersteunt om betere lonen te onderhandelen. Er werd echter weinig bewijs geleverd van samenwerking of overleg met lokale vakbonden, of van werk met internationale vakbonden buiten de ramp in Bangladesh om. Zijn onderzoek om een goede praktijkenorm inzake de vrijheid van vereniging te ontwikkelen klinkt goed, maar zonder stevig plan of tijdsbestek om dit te implementeren. Wij verwachten hier in de toekomst meer details over te horen.

Primark zegt dat er “inherente uitdagingen” kleven aan het berekenen van het juiste bedrag van een leefbaar loon en dat het daarom gekozen heeft voor een onderhandelde benadering. Voor ons is het geen of/of- maar een en/en-situatie. Voor elke betrokkenheid bestaat de dringende nood om een doel te bepalen, want hoe weet je, als je geen bedrag aan je betrokkenheid verbindt, of je het doel bereikt hebt? Betrokkenheid bij een leefbaar loon kan alleen een effectieve prestatie-indicator zijn als deze

meetbaar is. De onderhandelde benadering is de ‘hoe’ van het realiseren van een leefbaar loon, en het bepalen van het bedrag is de ‘wat’. Als een van de twee ontbreekt, heeft de betrokkenheid geen zin. Wij hopen dat Primark dit in overweging neemt en zal werken aan het aannemen van een leefbaar loon norm – zoals de Asia Floor Wage.

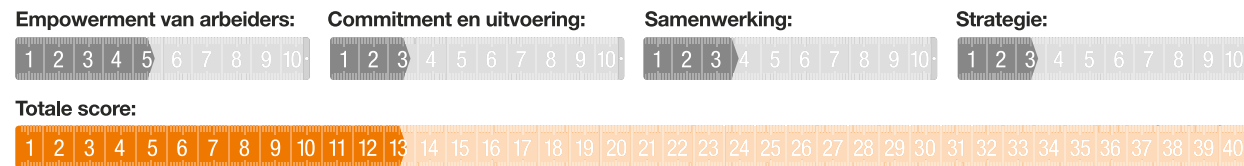
Primark gaf aan dat het begint te werken aan open costings met leveranciers. Dit is een stap in de goede richting. Transparantie over de kosten van arbeid voor elk product zal de basis leggen om een juist bedrag voor een leefbaar loon in de prijsstelling op te nemen. Primark heeft op dit moment geen strategie om een leefbaar loon te realiseren. De verschillende vermelde proefprojecten geven weinig informatie over echte loonsverbeteringen en geen aanwijzingen van plannen om de in andere delen van de toeleveringsketen geleerde lessen toe te passen, en dat is ontgoochelend. Primark vertelde ons op het laatste moment dat het aan een strategie aan het werken is. We kijken ernaar uit om in de toekomst meer te lezen over de voortgang van het bedrijf.



Puma

Enig
Initiatief

Merken: Puma, Cobra Golf, Tretorn



Standpunt van Puma over een leefbaar loon:

“Het verbeteren van de lonen van de fabrieksarbeiders in de toeleveringsketen van PUMA blijft cruciaal in het garanderen van een duurzame verbetering van de werkplek...

PUMA onderschrijft geen enkele specifieke definitie van een leefbaar loon gezien de uiteenlopende definities en formuleringen die de laatste decennia verstrekt werden.”

Wat wij vinden:

Puma werkt aan een aantal verschillende kwesties. Het heeft een geloofwaardige referentie voor een leefbaar loon (de Asia Floor Wage) aangenomen als onderdeel van zijn loonschaalbenadering. Er moet echter nog heel wat bereikt worden inzake de strategie over de manier waarop dit bij de leveranciers doorgevoerd moet worden – productiviteit is niet voldoende.

Benchmarks voor leefbare lonen?

Ja.

Empowerment van arbeiders:

Puma zegt : “PUMA heeft het FOA (Freedom of Association)-protocol in Indonesië ondertekend. Dat vereist van merken die het ondertekenen dat zij hun leveranciers ondersteunen om de overeengekomen FOA-praktijken door te voeren, om te garanderen dat de fabrieksarbeiders de vrijheid hebben om vakbonden op te richten en zich te organiseren.” Puma hangt posters over FOA op in zijn leveranciersfabrieken; er wordt door de inkoopkantoren en -medewerkers een zakboekje aan de arbeiders uitgedeeld; er wordt een briefing gegeven aan nieuwe arbeiders waarin FOA besproken wordt; en er wordt een jaarlijkse training aangemoedigd. Puma beschikt ook over een klachtenmechanisme.

Er werd gedetailleerde informatie verstrekt over een aantal trainingen voor leveranciers en arbeiders, met inbegrip van informatie over FOA. Deze werden in samenwerking met verschillende vakbonden en bedrijfspartners gegeven. Er werd in Indonesië een training over arbeidsrecht en nationale loonbepalingsmechanismen aan vakbondsleiders gegeven.

Commitment en uitvoering:

Puma gebruikt een loonschaalmethodologie waarin de Asia Floor Wage-referentie is opgenomen om de voortgang inzake de betaling van een leefbaar loon op te volgen. Dit was gebaseerd op een project, het Jo-In-project, dat een aantal jaren geleden is beëindigd. Er werd geen actie inzake prijsstelling vermeld. Puma beschikt over een classificatiesysteem voor leveranciers dat rekening houdt met social compliance en invloed heeft op zijn aankoopbeslissingen. Dit systeem wordt momenteel geüpdate, zegt Puma. “(...) We zijn incentives aan het inbouwen voor diegenen die consistente loonpraktijken vertonen die boven het minimumloon liggen.”

Samenwerking:

Puma werkt met de Fair Labor Association en het Fair Wage Network. Er werden diverse partnerschappen met vakbonden vermeld aangaande specifieke initiatieven. Puma heeft het Indonesia Protocol ondertekend.

Strategie:

Puma-projecten: human resource-management in China. Werk is gericht op productiviteitsverbetering en human resource-managementtechnieken. Omvang: er waren hierbij twaalf fabrieken betrokken. In partnerschap met Impactt. Impactt: De loonschalen lijken aan te tonen dat het netto-loon in 2012 in China boven het Asia Floor Wage-bedrag lag, na overuren en voordelen.

Human resource-management in Vietnam en Cambodja. Het project “streeft ernaar de human resource-managementsystemen in PUMA-fabrieken te verbeteren.” Omvang: zestien fabrieken. Geleverd in partnerschap met het Better Work-programma van de Internationale Arbeidsorganisatie.

Fair Wage Network. 28 fabrieken zullen ‘draaiboeken’ ontwikkelen gebaseerd op de Fair Wage-methodologie, drie fabrieken in Indonesië zullen specifieke technische ondersteuning krijgen om de lonen te verhogen. Puma zegt dat deze verschillende projecten zijn Better Wage-programma vormen: “Het doel van dit Better Wage-programma is om in 2015 eerlijkere loonstructuren duurzaam te implementeren bij selecte leveranciers. Het programma garandeert niet dat de arbeiders bij de geselecteerde leveranciers een hoger loon zullen krijgen, maar werkt aan eerlijkere verloningsstructuren en -praktijken.”

Productieoverzicht:

- » Aantal leveranciers: 203 eerstelijnsleveranciers.
- » Voornaamste productielanden: China (33%), Vietnam (21%), Indonesië (10%), Turkije(10%), overige (26%).
- » Puma publiceert een volledige, openbare lijst met namen en adressen van leveranciersfabrieken.

Onze opmerkingen:

Puma werkt aan het verbeteren van de lonen in zijn toeleveringsketen, maar heeft nog een lange weg te gaan voordat het tot een coherente strategie komt om een leefbaar loon te betalen aan de arbeiders die zijn producten maken. De gedragscode van Puma stelt dat de beloning “de basisbehoeften en alle voordelen opgelegd door de wet moet naleven”, maar zegt niets over het standpunt van het bedrijf over het vereiste loon om een familie te onderhouden. De handleiding voor leveranciers stelt dat goede praktijken inzake lonen betekent dat “de fabriek meer betaalt dan het minimumloon”. Wij hopen dat deze handleiding ambitieuzer wordt.

Hoewel het goed is dat Puma de Asia Floor Wage (een definitie ontwikkeld in Azië door vakbonden en arbeiders) heeft erkend, is het niet duidelijk hoe deze referentie binnen het bedrijf gebruikt wordt. Als een loonschaalbenadering nuttig wil zijn, moet deze geïntegreerd worden in al het sourcing- en compliancewerk dat Puma doet. Tot op heden lijkt het gewoon een extraatje te zijn. Puma heeft het Indonesia Protocol ondertekend, en dat is geweldig. Acties om dit te implementeren en zijn doeltreffendheid te controleren, moeten aan de basis liggen van het werk om de lonen in Indonesië te verbeteren.

We zijn bezorgd over het feit dat Puma zegt dat het Better Wage-programma “niet garandeert dat arbeiders bij geselecteerde leveranciers hogere lonen zullen krijgen”. Voor ons gaan “eerlijkere verloningsstructuren” (dat zijn ook de woorden van het Fair Wage Network) intrinsiek over lonen die hoog genoeg zijn om van te leven. Dat moet betekenen dat de lonen stijgen, niet gewoon dat de arbeiders dezelfde bedragen uitbetaald krijgen op een ‘eerlijkere’ manier. Het Better Wage-programma focust zich grotendeels op productiviteitsverbeteringen, en het aanmoedigen van een dialoog tussen de arbeiders en het management. Dat is allemaal goed en wel, maar we zijn sceptisch over in hoeverre productiviteitsverbeteringen de lonen zullen verhogen in landen zoals Vietnam of Indonesië, waar de kloof tussen het minimumloon en het leefbaar loon enorm is. Er werd niet duidelijk aangegeven of Puma bereid is meer te betalen om loonsverhogingen te dekken, of over hoe dit een rol speelt in zijn langetermijnstrategie. Puma zegt: “We zijn momenteel onze kostenmethodologie aan het verfijnen om te evalueren hoe de normen op naleving beter geïntegreerd kunnen worden.” Zonder dit zeer belangrijke stuk van de puzzel denken we dat er weinig echte verandering zal plaatsvinden voor de arbeiders die dit het meest nodig hebben.

Replay Jeans

Merken: Replay, Replay & Sons, Red Seal, We Are Replay, White Seal

Niets te vertellen



Standpunt van Replay over een leefbaar loon:

De website van dit bedrijf verstrekt geen informatie over het beleid met betrekking tot uitbestedingen en arbeidsstandaarden.

Wat wij vinden:

Dit bedrijf reageerde niet op ons verzoek om meer informatie en ook de website verstrekt geen relevante informatie. We kunnen daarom met recht uitgaan van het ergste en aannemen dat het bedrijf helemaal niets doet aan ethisch verantwoord zakendoen.

Benchmarks voor leefbare lonen?

Nee.

Productieoverzicht:

- » Aantal leveranciers: Replay heeft hier geen informatie over verstrekt.
- » Voornaamste productielanden: Replay heeft hier geen informatie over verstrekt.
- » Replay publiceert geen volledige, openbare lijst met namen en adressen van leveranciersfabrieken.

S.Oliver

Merken: S. Oliver

Empowerment van arbeiders:

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

Commitment:

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

Totale score:

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

31

32

33

34

35

36

37

38

39

40

Strategie:

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

INFO NODIG!

Standpunt van S. Oliver over een leefbaar loon:

De website van dit bedrijf verstrekt geen informatie over het beleid met betrekking tot uitbestedingen en arbeidsstandaarden.

Wat wij vinden:

Dit bedrijf reageerde niet op ons verzoek om meer informatie en ook de website verstrekt geen relevante informatie. We kunnen daarom met recht uitgaan van het ergste en aannemen dat het bedrijf helemaal niets doet aan ethisch verantwoord zakendoen.

Benchmarks voor leefbare lonen?

Nee.

Productieoverzicht:

- » Aantal leveranciers: S.Oliver heeft hier geen informatie over verstrekt.
- » Voornaamste productielanden: S.Oliver noemt Azië en West- en Oost-Europa.
- » S.Oliver publiceert geen volledige, openbare lijst met namen en adressen van leveranciersfabrieken.



Tod's

Merken: Tod's, Hogan, Fay, Roger Vivier

Empowerment van arbeiders:

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

Commitment:

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

Totale score:

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

31

32

33

34

35

36

37

38

39

40

Strategie:

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

INFO NODIG!

Standpunt van Tod's over een leefbaar loon:

De website van dit bedrijf verstrekt geen informatie over het beleid met betrekking tot uitbestedingen en arbeidsstandaarden.

Wat wij vinden:

Tod's reageerde niet op ons verzoek om meer informatie en ook de website verstrekt geen relevante informatie. We kunnen daarom met recht uitgaan van het ergste en aannemen dat het bedrijf helemaal niets doet aan ethisch verantwoord zakendoen.

Benchmarks voor leefbare lonen?

Nee.

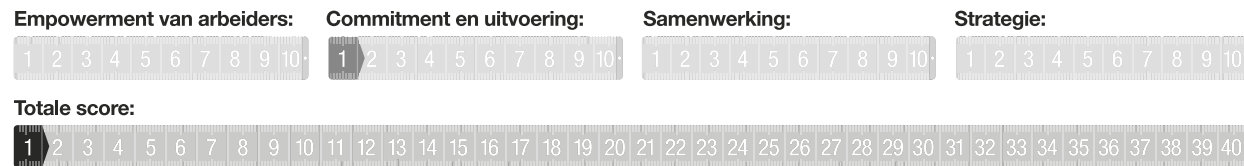
Productieoverzicht:

- » Aantal leveranciers: Tod's heeft hier geen informatie over verstrekt.
- » Voornaamste productielanden: Tod's heeft hier geen informatie over verstrekt.
- » Tod's publiceert geen volledige, openbare lijst met namen en adressen van leveranciersfabrieken



Versace

Merken: Versace



Standpunt van Versace over een leefbaar loon:

“Versace leeft alle arbeidswetten na volgens de Versace Ethic Code.”
Nergens in deze ethische code verwijst Versace naar een leefbaar loon.

Wat wij vinden:

Volgens Versace produceert het bedrijf 82 procent van zijn producten in Italië, 7 procent in andere Europese landen en slechts 2 procent in Azië.

Wij beschouwen Italië op het gebied van arbeidersrechten echter niet als een land met een laag risico. Het bedrijf heeft weinig bewijs geleverd dat toont dat het zich inzet voor de rechten van de arbeiders die zijn producten maken. Daar is meer voor nodig dan alleen een gedragscode op papier.

Geen verantwoordelijkheid

Benchmarks voor leefbare lonen?

Nee.

Empowerment van arbeiders:

Versace zegt: “Zowel in de ethische code als in de raam-overeenkomst voor leveranciers is opgenomen dat iedereen die op welke manier dan ook een relatie onderhoudt met Versace, alle ethische waarden van Versace moet naleven. Daarbij gaat het nadrukkelijk ook om het naleven van de wetten en regels die gelden in de landen waar Versace actief is, inclusief de arbeidswetten.”

Commitment en uitvoering:

Versace hanteert geen zichtbaar controlemechanisme voor het waarborgen van de naleving van de rechten van arbeiders in zijn toeleveringsketen. Er zijn geen voordelen voor inkopers die zakendoen met leveranciers met betere lonen of betere werkomstandigheden, en het bedrijf heeft geen beleid voor het beperken van kortlopende contracten of het gebruik van onderleveranciers.

Volgens Versace krijgen de arbeiders in de vier Chinese en Indiase fabrieken van zijn leveranciers het AFW (Asia Floor Wage) betaald.

Samenwerking:

Versace werkt niet samen met multi-stakeholderinitiatieven en vakbonden in Italië of in andere landen.

Strategie:

Geen.

Productieoverzicht:

- » Aantal leveranciers: 167 directe leveranciers.
- » Voornaamste productielanden: Italië (82%), overige Europese landen (7%), India (1%), China (2%).
- » Versace publiceert geen volledige, openbare lijst met namen en adressen van leveranciersfabrieken.

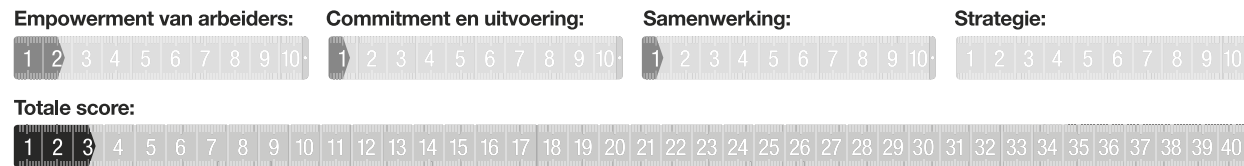
Onze opmerkingen:

Hoewel de productie van Versace grotendeels in Italië plaatsvindt, vertoont Versace een ontstellend gebrek aan betrokkenheid bij de naleving van de rechten van de arbeiders die de producten maken. Omdat Versace in Italië in aanzienlijke mate gebruik maakt van de informele sector en arbeidsmigranten, moet het bedrijf zijn productie zorgvuldig bewaken als het zeker wil weten dat de lonen van de arbeiders hoog genoeg zijn om te voorzien in hun basisbehoeften en dat hun rechten zijn gewaarborgd. Er is weinig bewijs dat Versace de productie inderdaad op die manier bewaakt. Herhaaldelijk is gebleken dat de gezondheid en veiligheid in Italiaanse fabrieken te wensen overlaat. Zo was er in december 2013 een brand in de fabriek van een onderaannemer in Prato, waarbij zeven Chinese gastarbeiders om het leven kwamen. Volgens de vakbonden komen de gezondheids- en veiligheidsproblemen die de oorzaak waren van de ramp, vaker voor in deze regio, waar ook Versace fabrieken heeft. Er moet meer worden ondernomen om de rechten te waarborgen. Het is niet voldoende om een ethische code op te stellen en te hopen dat de fabrieken zich aan de wet houden.

VF Corporation

Geen
verant-
woordelijk-
heid

Merken: 7 For All Mankind, Ella Moss, Bulwark, Lee, Rustler, Majestic, Nautica, JanSport, Wrangler, Eagle Creek, The North Face, SmartWool, Riders By Lee, Reef, Kipling, Red Kap, Horace Small, Splendid, Timberland, Lucy, Napapijri, Eastpak, Vans



Standpunt van VF Corporation over een leefbaar loon:

“Alle geautoriseerde fabrieken van VF moeten hun werknemers eerlijk belonen met een pakket met loon en toeslagen dat minimaal moet voldoen aan de wettelijk verplichte minimumstandaarden of – indien dit hoger is – het algemeen geldende loon in de sector, plus de wettelijk verplichte toeslagen.”

Wat wij vinden:

VF ziet het principe van een leefbaar loon niet als zijn verantwoordelijkheid en heeft dit ook niet opgenomen in zijn beleid. Het is leuk en aardig dat het bedrijf lokaal betrokken is bij educatie- en gezondheidsprojecten, maar daarmee los je het probleem van de armoede niet op. Het is beschamend dat zo’n groot bedrijf geen aandacht schenkt aan deze belangrijke kwestie.

Benchmarks voor leefbare lonen?

Nee.

Empowerment van arbeiders:

VF zorgt ervoor dat er in al zijn fabrieken een poster hangt waarop wordt uitgelegd wat de vrijheid van vereniging en collectieve onderhandeling inhoudt.

Leveranciers die de vrijheid van vereniging hebben geschonden, hebben hier achteraf training over gekregen.

Commitment en uitvoering:

VF heeft het principe van een leefbaar loon niet opgenomen in zijn beleid, gebruikt geen benchmarks voor leefbare lonen en hanteert alleen het minimumloon.

VF beoordeelt zijn loonniveaus momenteel op basis van de SA8000-standaard van Social Accountability International, die uitgaat van het voorzien in basisbehoeften. Het bedrijf zegt: “De eerste beoordelingen in de regio’s waar we fabrieken hebben, leverden enkele positieve indicaties op. We zullen het toepassingsgebied van de beoordelingen steeds verder uitbreiden en waar nodig maatregelen treffen. We kiezen ervoor om deze gegevens pas openbaar te maken nadat alle onderzoeken zijn afgerond.”

Samenwerking:

VF zegt: “VF werkt samen met andere merken en met diverse ngo’s, overheidsvertegenwoordigers, sectorverbanden en vakbonden aan de oplossing van verscheidene problemen met betrekking tot sociale naleving.” Er wordt niets gezegd over samenwerking die specifiek is gericht op leefbare lonen.

Strategie:

VF zegt: “We (...) geloven dat hogere lonen alleen geen garantie zijn voor betere leefomstandigheden. Daarom richten we ons niet alleen op lonen, maar ondersteunen en faciliteren we een duurzaam bestaan door aandacht te schenken aan de omgeving (sociale infrastructuur) waarin de arbeiders leven. Hoewel we erkennen dat het wettelijk minimumloon in bepaalde landen of regio’s onvoldoende is om een duurzaam bestaan op te bouwen, zijn we er niet van overtuigd dat het simpelweg verhogen van de lonen van arbeiders voldoende is om te voorzien in hun basisbehoeften. Mogelijk spelen in deze kwestie ook complexere vragen een rol, zoals de kosten en beschikbaarheid van essentiële diensten als gezondheidszorg en educatie.” Als gevolg van dit standpunt werkt Timberland samen met enkele lokale en internationale partners aan cursussen voor arbeiders over financiële zaken, en aan projecten in het kader van educatie en schoon water.

VF hanteert geen strategie voor het invoeren van een leefbaar loon voor arbeiders die zijn producten maken.

Productieoverzicht:

- » Aantal leveranciers: 2.300 leveranciers, zowel directe leveranciers als onderleveranciers.
- » Voornaamste productielanden: China (26%), VS (21%), India (7%), Vietnam (5%), Bangladesh (4%), Mexico (4%), Turkije (2%), Pakistan (2%), overige landen (29%).
- » Timberland publiceert een volledige, openbare lijst met namen en adressen van leveranciersfabrieken. De overige merken van VF publiceren geen volledige, openbare lijst met namen en adressen van leveranciersfabrieken.

Onze opmerkingen:

VF meldde bij het beantwoorden dat het bedrijf erkent dat het minimumloon niet genoeg is om te voorzien in de basisbehoeften van arbeiders. Toch onderneemt VF geen enkele actie om de lonen te verhogen en dit probleem op te lossen. Volgens het beleid van VF hoeft er alleen een minimumloon te worden betaald, zonder vermelding dat lonen moeten voorzien in de basisbehoeften. Dit blijft zelfs achter bij de meest basale verplichtingen die andere bedrijven uit dit rapport in hun beleid hebben opgenomen.

In plaats daarvan heeft VF (of eigenlijk Timberland – we hebben geen informatie gekregen over de inspanningen van andere merken van VF) geïnvesteerd in een programma dat voorziet in “omgevingen voor een duurzaam bestaan” voor een aantal arbeiders. Het gaat hierbij om enkele projecten voor schoonwatervoorziening en educatie voor arbeiders en hun kinderen, en om gezondheidszorg.

Volgens ons begrijpt VF niet helemaal welke verantwoordelijkheden en functies het bedrijf heeft in de toeleveringsketen. Het is niet de verantwoordelijkheid van bedrijven om te voorzien in scholen en gezondheidszorg voor arbeiders, hoewel ze Aziatische gemeenschappen in nood natuurlijk best mogen helpen door goede doelen te ondersteunen. Het is echter wel de primaire verantwoordelijkheid van een merk om ervoor te zorgen dat het loon van arbeiders die de producten maken, voldoende is om te voorzien in hun basisbehoeften.

Het gaat erom dat arbeiders de vrijheid hebben om te kiezen op welke manieren aan die behoeften wordt voldaan. Dit bereik je door hen te voorzien van een inkomen dat hiervoor toereikend is. Als bedrijven zich gaan bemoeien met de manieren waarop in behoeften moet worden voorzien, wordt de arbeiders deze vrijheid ontnomen.

Het is goed dat VF iets doet aan benchmarking om te bepalen in hoeverre het kan bijdragen aan de totstandkoming van een loon dat voorziet in basisbehoeften. We zijn benieuwd naar het verdere verloop van dit onderzoek. We hopen wel dat VF in de toekomst activiteiten onderneemt waaruit blijkt dat het de noodzaak van een echt leefbaar loon en zijn eigen rol daarin onderkent.

Vuitton

Merken: Louis Vuitton

Niets te vertellen

Empowerment van arbeiders:

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Commitment:

1 2 3

Strategie:

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Totale score:

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14

**INFO
NODIG!**

Standpunt van Vuitton over een leefbaar loon:

De website van dit bedrijf verstrekt geen informatie over het beleid met betrekking tot uitbestedingen en arbeidsstandaarden.

Wat wij vinden:

Vuitton reageerde niet op ons verzoek om meer informatie en ook de website verstrekt geen relevante informatie. We kunnen daarom met recht uitgaan van het ergste en aannemen dat het bedrijf helemaal niets doet aan ethisch verantwoord zakendoen.

Benchmarks voor leefbare lonen?

Nee.

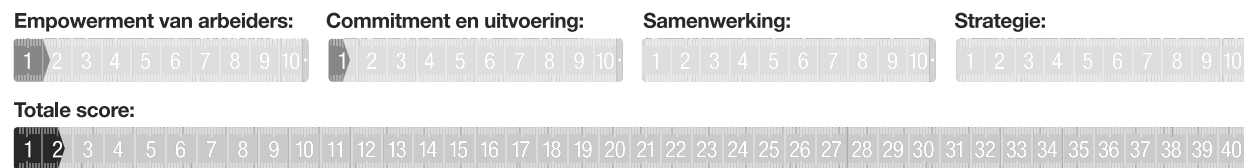
Productieoverzicht:

- » Aantal leveranciers: Vuitton heeft hier geen informatie over verstrekt.
- » Voornaamste productielanden: Vuitton heeft hier geen informatie over verstrekt.
- » Vuitton publiceert geen volledige, openbare lijst met namen en adressen van leveranciersfabrieken.



WE Fashion

Merken: WE, Blue Ridge



Standpunt van WE Fashion over een leefbaar loon:

“Wij implementeren de gedragscode van BSCI (Business Social Compliance Initiative) in onze internationale toeleveringsketen. Deze code schrijft voor dat het wettelijke minimumloon uitbetaald moet worden. Dit legaal minimumloon moet op een niveau liggen dat de basisbehoeften van de arbeiders dekt, en moet zorgen voor een stuk besteedbaar inkomen”.

“Wij geloven dat het essentieel is om het belang van een holistische benadering te benadrukken in de kwestie van de eerlijke beloning van arbeiders. In deze context is het van belang om de kwalitatieve aspecten en de kwantitatieve aspecten van de lonen te bespreken... zoals de wijze van betaling, tijdige en formele betaling van de lonen, het in rekening brengen van vaardigheden en opleiding van arbeiders in het niveau van de lonen en gelijkwaardige behandeling van fulltime-, parttime-, en stukloonarbeiders.”

Wat wij vinden:

Klinkt dit bekend in de oren? Net als Lidl, Aldi, IC Companys en andere bedrijven heeft WE simpelweg de antwoorden van BSCI herhaald, zonder zich voor de kwesties in te zetten. Er werd heel weinig bewijs geleverd van enig werk om het probleem van de lage lonen aan te pakken. Niets in de antwoorden die we van dit bedrijf kregen, geeft blijk van een serieuze betrokkenheid bij de nood om de lonen tot een leefbaar loonniveau te verhogen.

Geen verantwoordelijkheid

Benchmarks voor leefbare lonen?

Nee, gebruikt SA8000-methode.

Empowerment van arbeiders:

WE Europa zegt: “Informatie over de rechten en vrijheden van arbeiders is een vereiste van de gedragscode van BSCI.” Training voor arbeiders of leveranciers is beschikbaar via BSCI, maar WE volgt dit niet op en controleert niet of leveranciers participeren.

Commitment en uitvoering:

Er werd geen melding gemaakt van werk betreffende inkooppraktijken. Over leefbaar loonbenchmarks zegt WE: “De berekening van het plaatselijk leefbaar loon maakt deel uit van de BSCI-audit en is berekend volgens de SA8000-methode. Die wordt gebruikt in de kloofanalyse en in de Corrective Action Plans die aan de fabrieken bezorgd worden na elke BSCI-audit, waarin de te nemen stappen aangegeven worden om tot een leefbaar loonniveau te komen.”

Samenwerking:

WE maakt deel uit van een Nederlands initiatief van branche verenigingen om de textielsector duurzamer te maken. WE vermeldde ook zijn betrokkenheid in het Bangladesh-akkoord. Dat richt zich echter alleen op veiligheid en niet op lonen.

Strategie:

WE zegt: “De betaling van een leefbaar loon is een langetermijndoelstelling die op het fabrieksniveau nagestreefd wordt. Via BSCI werken wij met elke fabriek individueel, omdat bepaalde fabrieken al dicht bij het doel van een leefbaar loon zijn en meer kans maken om daarin te slagen dan andere fabrieken die andere maatregelen en interventies nodig hebben. In het algemeen is de strategie een stapsgewijze ontwikkelingsbenadering zoals door BSCI is uiteengezet.

“BSCI is een actief lid van het Fair Wages Network van de IAO (Internationale Arbeidsorganisatie) en gelooft in een holistische benadering van de verbetering van werkomstandigheden en beloningspraktijken voor arbeiders.”

Productieoverzicht:

- » Aantal leveranciers: 78 eerstelijnsleveranciers, 138 onderaannemers.
- » Voornaamste productielanden: China (25%), overige (75%).
- » WE Europe publiceert geen volledige, publieke lijst met namen en adressen van leveranciersfabrieken.

Onze opmerkingen:

Het is onaanvaardbaar dat WE Europe herhaaldelijk steunt op zijn BSCI-lidmaatschap als antwoord op belangrijke vragen inzake mensenrechten. De BSCI benadering ontbeert elk middel om lage lonen aan te pakken. Onze mening over de focus van BSCI om “zowel de kwalitatieve als de kwantitatieve aspecten” van loonbetaling aan te pakken, is dat deze de plank mislaat. Natuurlijk is het belangrijk om arbeiders op tijd te betalen en erop toe te zien dat de lonen de scholing van de arbeiders weerspiegelen, maar het voornaamste probleem is dat de fabrieksarbeiders geen schoenen voor hun kinderen kunnen betalen. De herhaalde protesten die wereldwijd in kledingproducerende landen plaatsvonden, vragen om een aanzienlijke kwantitatieve loonsverhoging. De focus op andere aspecten van de loonbetaling mag geen afleiding vormen van het grote armoedeprobleem. Als leveranciers een lijst met twaalf maatregelen krijgen waarvan er één “betaal meer” luidt, dan zullen ze eerst de andere elf dingen doen. WE moet verantwoordelijkheid nemen voor zijn wereldwijde toeleveringsketen en investeringen doen om te garanderen dat de rechten van alle arbeiders in die toeleveringsketen nageleefd worden.

www.schonekleren.nl