

SKC

Tailored
wages

Samenvatting

95% van de
kledingmerken
betaalt geen
leefbaar loon.

Betalen grote internationale kledingmerken al een leefbaar loon aan hun kledingarbeidsters?

Op papier erkennen internationale merken dat de lonen voor kledingarbeidsters voldoende zouden moeten zijn om van te leven. Toch leven deze arbeidsters en hun gezinnen na twee decennia, sinds het begin van deze eeuw, nog steeds in grote armoede. De kledingindustrie is al die tijd goedkope arbeid blijven gebruiken om winsten te maken. Beloften om ervoor te zorgen dat de lonen voldoende zijn, hebben nagenoeg geen verschil gemaakt.

Wereldwijd leidt de systematische uitbuiting in de kledingindustrie nog steeds tot hongerlonen. Het recht op een leefbaar loon is de sleutel tot een mondiale verandering. Dit urgente probleem aanpakken, leidt ook tot het oplossen van veel aanverwante problemen voor arbeidsters namelijk overwerk, slechte huisvesting, slechte voeding, gezondheidsrisico's, kinderarbeid, etc.

Wat we in dit onderzoek in kaart hebben gebracht is wat merken concreet doen aan lonen van kledingarbeidsters. Deze lonen zijn immers een belangrijke indicator of een merk al dan niet goede werkomstandigheden voor hen creëert.

In 2014 voerde Schone Kleren Campagne voor het laatst een dergelijk onderzoek uit onder de naam: Tailored Wages: *Are the big brands paying the people who make our clothes enough to live on?* Sommige merken verzekerden destijds dat ze eraan werkten om

leefbare lonen uit te keren. Vijf jaar later herhalen we de vraag: Hebben de factoren die we in 2014 beoordeelden, geleid tot uitbetaling van een leefbaar loon? Hoeveel arbeidsters krijgen nu daadwerkelijk zo'n loon uitbetaald?

We namen contact op met twintig toonaangevende merken uit de sectoren van luxekleding, sportkleding, fast fashion en onlinewinkels, om erachter te komen of zij een leefbaar loon uitbetalen. We stellen vast dat sommige merken meer doen dan anderen maar nog geen enkel merk kan aantonen dat hun arbeidsters een leefbaar loon krijgen uitbetaald. ⁽¹⁾

Vijf jaar na ons eerste onderzoek hoopten we meer goed nieuws te kunnen melden. Onze boodschap aan de merken is dat arbeiders niet langer kunnen wachten. Het naleven van mensenrechten is een verantwoordelijkheid van kledingmerken, een leefbaar loon is een mensenrecht en daar wachten miljoenen kledingarbeiders al veel te lang op!

(1) Behalve Gucci, zij betalen voor slechts een gedeelte van de productie in Italië een leefbaar loon.

