

De rode draad door de kledingindustrie

De kledingindustrie is een zeer vervuilende industrie, waar productie vaak gepaard gaat met uitbuiting en slechte arbeidsomstandigheden. In dit artikel introduceren we de Schone Kleren Campagne, een organisatie die zich inzet voor een rechtvaardige en veilige kledingindustrie, een leefbaar loon en vakbondsvrijheid.

De kledingindustrie is een van de grootste industrieën wereldwijd, met sterk geglobaliseerde en veelal ondoorzichtige productieketens. En ieder jaar gebeurt het weer: in de laatste dagen van november betrap ik tijdens mijn lessen meiden die online kleding aan het bekijken zijn in plaats van opdrachten te maken. Black Friday natuurlijk.

Meestal worden de webwinkels snel weggeklikt en spelen leerlingen de vermoorde onschuld. Maar soms kan ik een leerling verleiden tot een gesprekje over de kledingindustrie, de hoge kortingen, de lage prijzen en de vraag stellen hoe zij denken dat dit allemaal mogelijk is. Dan blijft het vaak stil. Een mooie aanleiding om eens te praten over de echte kosten in de kledingindustrie.

Schone Kleren Campagne

Een belangrijk deel van de problemen die spelen binnen de kledingindustrie is te koppelen aan externe effecten: sociale kosten en milieukosten die niet worden meegenomen in de prijs van kleding. Dit zou wel moeten, deze kosten worden immers gemaakt in de waardeketen.

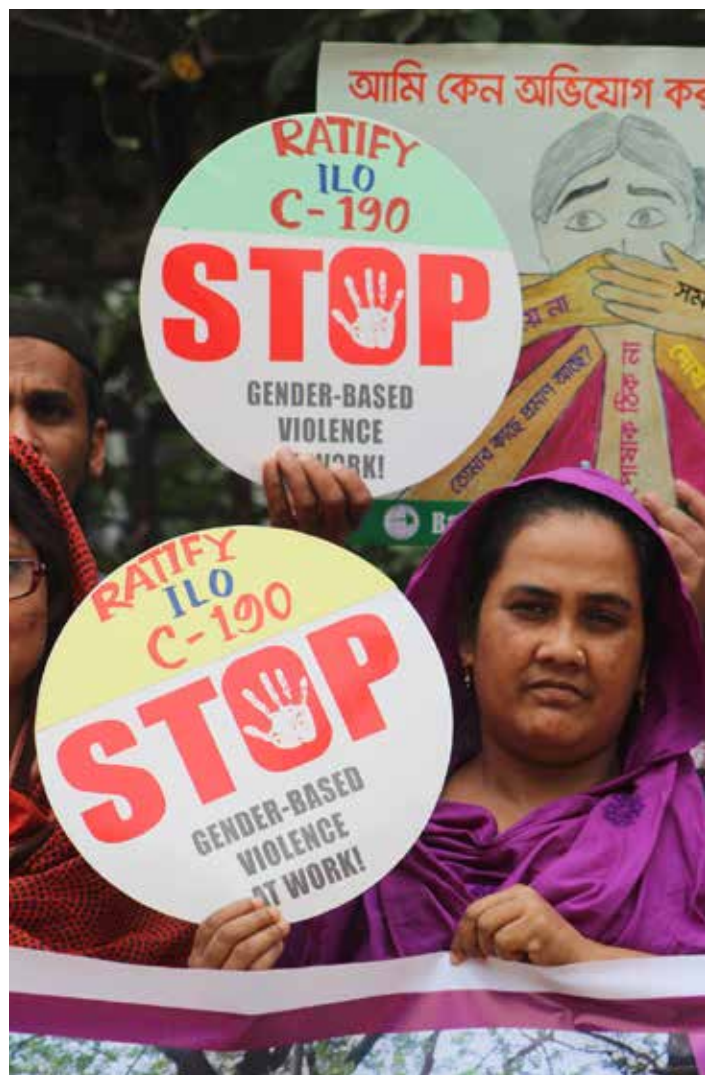
De Schone Kleren Campagne (SKC) is een Nederlandse organisatie die zich sinds de jaren '90 inzet voor het verbeteren van de positie en de arbeidsomstandigheden van arbeiders in de wereldwijde kledingindustrie. De organisatie ijvert ervoor de externe effecten wél op te nemen in de prijs van kleding. SKC voert daarvoor campagne, maar draagt ook constructieve oplossingen aan.

Het centrale uitgangspunt van de Schone Kleren Campagne is dat arbeiders het recht hebben op een goede en veilige werkplek, waar hun basisrechten worden gerespecteerd. Een leefbaar loon en de vrijheid en mogelijkheid om zich te kunnen organiseren zijn onderdeel van deze basisrechten.

Fire and safety accord

Vakbondsvrijheid is volgens SKC onmisbaar om textielarbeiders in staat te stellen hun eigen situatie duurzaam en structureel te verbeteren. Kledingbedrijven zijn volgens SKC verantwoordelijk voor het naleven van internationale afspraken in hun keten, bijvoorbeeld ten aanzien van vakbondsvrijheid, en ook overheden moeten daarop toezien.

Daarnaast vindt SKC dat consumenten eenvoudiger informatie moeten kunnen vinden over de manier waarop kleding geproduceerd is. SKC richt zich zo op de gehele keten, om te bereiken dat alle kleding onder goede arbeidsomstandigheden wordt gemaakt, waarbij arbeiders de vrijheid en mogelijkheid hebben om hun eigen (mensen)rechten zeker te stellen.



Lesplannen

De Schone Kleren Campagne agendaert een belangrijk maatschappelijk thema dat het verdient om in de klas besproken te worden. In de Vecon-kennisbank zullen we vier lesplannen delen om met dit thema aan de slag te gaan in de klas. Meer lesideeën gerelateerd aan duurzaamheid zijn te vinden via 21steconomics.nl. Daarnaast willen we wijzen op de lesbrief die de stichting Our New Economy heeft geschreven over 'echte prijzen', gekoppeld aan het thema cacao. Deze is te bestellen op de website ourneweconomy.nl.

Les 1 de kledingafvalberg

In 2018 werd in totaal 305 kiloton textiel weggegooid. Deze les laat leerlingen kennis maken met de omvang van het probleem en hen nadenken over oplossingen. De omvang van de afvalberg riep bij ons bovendien de vraag op: hoe zit het met de *opportunity costs* van grond?

Les 2 milieukosten

In een van de lessen introduceren we het begrip tijdsvoorkeur en de rol van de disconteringsvoet in het berekenen van milieukosten. Daarnaast denken de leerlingen na over het spanningsveld tussen sociale kosten en milieukosten. Dit doen ze aan de hand van het donutmodel van de Britse econoom Kate Raworth.

Les 3 de milieu-Kuznetscurve

Simon Kuznets bedacht in het begin van de jaren vijftig een curve waarmee hij het verband tussen het inkomen per hoofd van de bevolking en ongelijkheid wilde laten zien. Nadat de Club van Rome begin zeventiger jaren de 'Limits to Growth' had gepubliceerd ontstond een hernieuwde interesse in de Kuznetscurve, deze keer om de relatie tussen milieuvervuiling en het inkomen per hoofd van de bevolking te leggen. We hebben een les gemaakt die deze Kuznets-curve behandelt. Hierin komen onderwerpen als schaalvoordelen, inkomenselasticiteit en statistische verbanden aan de orde.

Les 4 Asia Floor Wage

De Asia Floor Wage wordt uitgedrukt in koopkrachtpariteit in dollar. In een les over de sociale kosten van mode berekenen de leerlingen aan de hand van deze koopkrachtpariteit de directe arbeidskosten van een T-shirt en vergelijken dit met de directe arbeidskosten tegen het minimumloon. Met hoeveel zou de prijs stijgen als de echte kosten tot uitdrukking kwamen in de prijs?

Een belangrijk initiatief waarbij de Schone Kleren Campagne betrokken is geweest, is bij het opstellen van het *Bangladesh Fire and Safety Accord*. Een baanbrekend akkoord dat voor structurele verbeteringen op het gebied van veiligheid in de kledingfabrieken in Bangladesh moet zorgen.

Het is een bindend contract tussen kledingmerken, internationale en Bengaalse vakbonden en Ngo's, dat het licht zag na de ramp met het instorten van Rana Plaza in Bangladesh in 2013. Inmiddels is dit samenwerkingsverband overgaan in een nieuw internationaal akkoord voor gezondheid en veiligheid in de textiel- en kledingindustrie.

Maatschappelijk probleem

De ramp met Rana Plaza leidde, naast grootschalige protesten door Bengaalse textielarbeiders, ook internationaal tot aandacht voor (en woede over) de slechte arbeidsomstandigheden waaronder veel textielarbeiders werken. Het ongeluk liet opnieuw zien welke uitwerking de constante zoektocht naar lagere productiekosten heeft op de mensen die onze kleding maken. Al sinds de industriële revolutie wordt de kledingindustrie bekritiseerd vanwege kinderarbeid, onveilige werkplekken en hongerlonen. In het boek *No-Logo* beschreef Naomi Klein (1999) hoe geglobaliseerde productieketens in moderne tijden leiden tot uitbuiting van textielarbeiders, vooral in ontwikkelingslanden. De consumentenboycots die op No-Logo volgden, hebben uiteindelijk vooral geleid tot ondoorzichtiger productieketens, met tussenleveranciers en onderaannemers die lastig te controleren zijn.



Sociale kosten zijn niet de enige externe effecten die veroorzaakt worden door onze consumptie van kleding: de milieukosten zijn nog groter. Katoen is het meest vervuilende landbouwproduct, vanwege het grote gebruik van water, pesticiden en insecticiden. Ook de productie van kleding zelf is sterk vervuilend. Omdat veel kledingfabrieken in lagelonenlanden direct op het oppervlaktewater lozen, zorgen ze voor problemen met vervuild water. Dan is er nog het groeiende probleem van kledingafval aan het eind van de keten, waarbij steeds meer kleding op de vuilstort terecht komt.

Meedoen aan pilot Citizen Science?

Onderzoekster Irene Maldini e.a. van de HvA gaan een vervolg geven aan het onderzoek *Measuring the Dutch Clothing Mountain* uit 2017. Hiervoor wil zij Citizen Science inzetten. We zijn nu aan het bekijken in hoeverre dit onderzoek gebruikt kan worden in scholen in het kader van onderwijs in de circulaire economie. Daarvoor willen we een pilot doen. Deze pilot bestaat uit een kick-off waarin de data-verzamel-app wordt uitgelegd en uitleg wordt gegeven over het onderzoek, én uit een afsluitende les waarin resultaten worden gedeeld en we dieper ingaan op de omvang van het probleem van de Nederlandse kledingberg. Ben je geïnteresseerd in deze pilot? Neem contact op met info@21steconomics.org.

Duurzame ontwikkelingsdoelen

Met hun acties rondom het maatschappelijke probleem van externe effecten in de kledingindustrie levert de Schone Kleren Campagne een bijdrage aan het behalen van duurzame ontwikkelingsdoelen ten aanzien van *eerlijk werk en economische groei* (SDG 8) en *verantwoorde consumptie en productie* (SDG12). Er zijn verschillende invalshoeken om het werk van de organisatie te gebruiken in de economie- en bedrijfs-economielessen, bijvoorbeeld vanuit de thema's externe effecten, markt vormen en het gevangenendilemma.

Externe effecten

Een centraal probleem dat speelt in de kledingindustrie is dat sociale kosten en milieukosten niet worden meegenomen in de kostprijs. Als gevolg van geglobaliseerde productieketens worden deze externe effecten elders gedragen, veelal in lagelonenlanden. Voor producenten en consumenten in ontwikkelde economieën is deze situatie efficiënt, het zorgt voor lagere prijzen en hogere marges.

Het beprijzen van de externe effecten zou leiden tot een verlies van consumenten- en producentensurplus en daarmee tot een afname van de maatschap-

Reizende tentoonstelling leefbare lonen

Volgend jaar organiseert SKC in samenwerking met studenten van de ArteZ-universiteit een reizende tentoonstelling over de noodzaak van het betalen van leefbare lonen in de kledingindustrie. Door op 'aanstekelijke wijze' inzichtelijk te maken dat het fabriceren van kleding, hoe massaal ook, een kwestie blijft van handwerk en dat kledingarbeiders in een traditie staan van een edel ambacht, wil SKC tastbaar maken dat dit werk is dat betere beloning verdient. De tentoonstelling richt zich op jongeren in de middelbare-schoolleeftijd. Vanaf april hoopt SKC op verschillende plaatsen in het land te kunnen neerstrijken. Heeft jouw school interesse om deze tentoonstelling een week of twee te huisvesten? Neem dan contact op met wyster@schonekleren.nl

pelijke welvaart. De activiteiten van de Schone Kleren Campagne staan zo bekeken haaks op de belangen van westerse consumenten. Dit verband biedt mogelijkheden om met de klas in gesprek te gaan over externe effecten, maatschappelijke welvaart en internationale solidariteit.

Monopsonie en surplusverdeling

De kledingindustrie heeft in ontwikkelende economieën aan de productiekant een positie die in de buurt komt van een monopsonie op de arbeidsmarkt. Een groot deel van de markt voor de productiefactor arbeid wordt in die landen beheerst door de kledingindustrie. Weliswaar via lokale onderaannemers, maar grote internationale kledingmerken dicteren hun inkooprijzen aan lokale fabrikanten en hebben daarmee grote invloed op de beloning van arbeid.

Het is geen perfect voorbeeld van monopsonie, maar de verhoudingen in de kledingindustrie laten wel goed zien welk gevolg marktmacht aan de kant van de koper heeft op het loon. De Schone Kleren Campagne strijdt voor een leefbaar loon, onder andere via de Asian Floor Wage initiative.

Daarmee probeert SKC het vrije spel van vraag en aanbod te beïnvloeden en een leefbaar loon voor werknemers in de kledingindustrie te bedingen. Ook probeert SKC met ondersteuning van vakbonden de collectieve onderhandelingspositie van textielarbeiders te verbeteren. Door het verbeteren van deze positie kunnen textielarbeiders scherper onderhandelen over de surplusverdeling.

Gevangenendilemma

In 2007 werd de Asia Floor Wage Alliance opgericht, een organisatie die voor een leefbaar loon strijdt. Het is een alliantie tussen producerende landen, zoals India, Indonesië en Sri Lanka en afnemende landen, in Europa. De alliantie is opgericht om het gevangenendilemma het hoofd te bieden. Regeringen zijn nu bang dat als zij zich zelf binden aan een leefbaar loon ze zich uit de exportmarkt prijzen als andere producerende landen dat niet doen.

Henny van Dongen is freelance schrijver voor 21st Economics.

Bastiaan van der Broek is docent economie aan Het Nieuwe Lyceum.

Kijk ook op:

<https://www.schonekleren.nl/over-ons/missie-en-visie>
<https://www.schonekleren.nl/internationaal-akkoord-levis>
<https://cleanclothes.org/campaigns/past/rana-plaza>
<https://www.schonekleren.nl/verdieping/de-kleding-industrie>
<https://www.milieucentraal.nl/bewust-winkelen-kleding/zo-schaadt-kleding-het-milieu>
<https://amsterdameconomicboard.com/nieuws/kledingafvalberg-greenwashing-van-circulair-textiel>
Of lees *De vuile was van de kledingindustrie*, Greenpeace (2018).