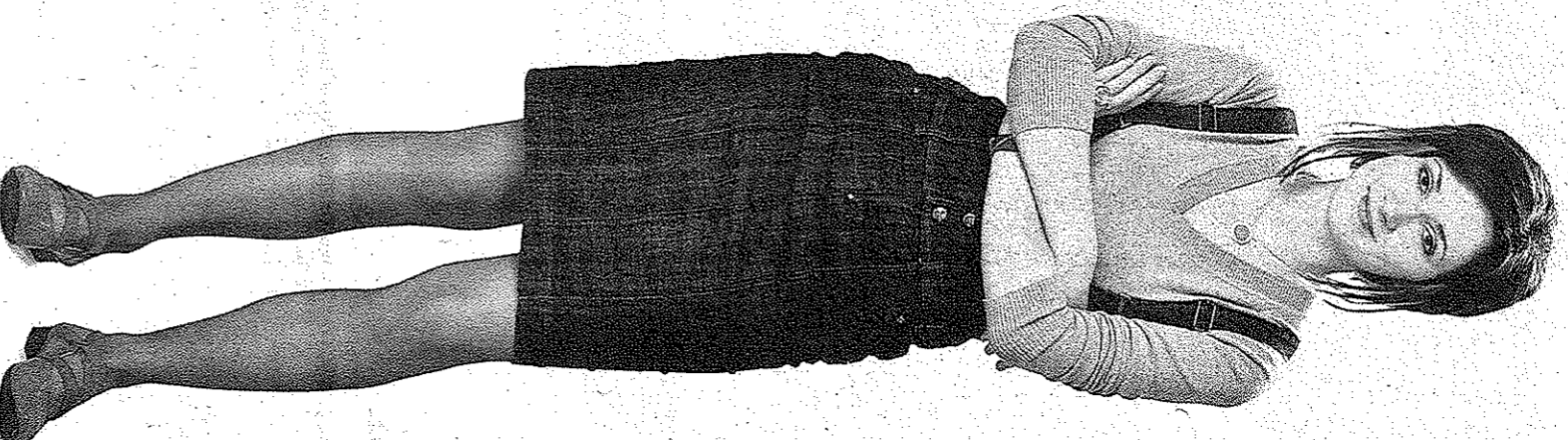
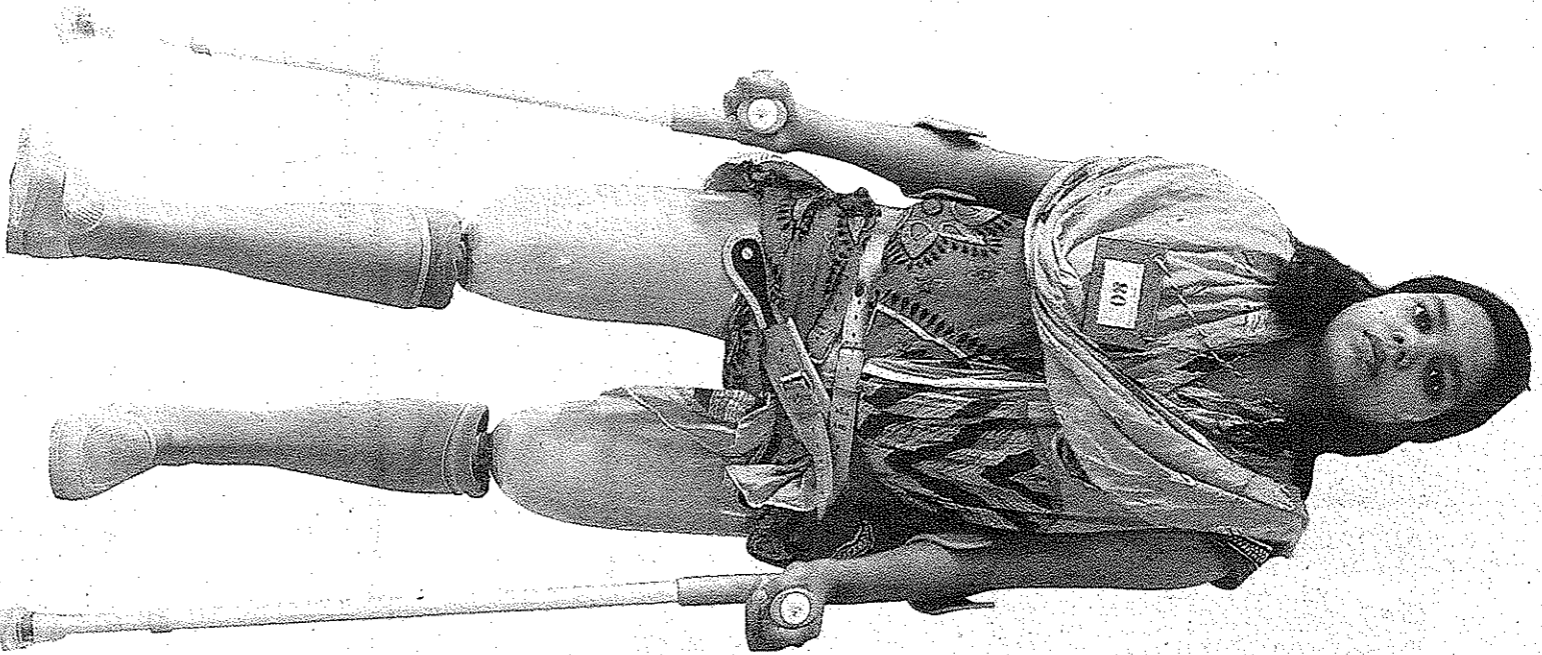


Bengaliese
fabriekarbeid-
ster, na de
ramp in Rana
Plaza in Bangla-
desh, in april.
Werkte hard
voor 30 euro
per maand.



Westerse con-
sument. Belust
op koopjes,
krijgt tegelijk
meer oog „voor
de overspan-
nenheid in het
hele proces
van kopen en
verkoppen.”

Brandi Alweer

tekst Clasina van den Heuvel
beeld EPA, iStock

Aandacht voor duurzame kleding is al zo'n dertig jaar een trend – het is betrokken en, onaardig gezegd, zelfs hip als je denkt aan degenen die onze jassen en shirts maken, ver weg in duistere fabrieken. Maar wat heeft de arbeider in Bangladesh daaraan? Er vallen doden daar.

De wereld zag in april de beelden van Rana Plaza, een ingestorte fabriek bij Dhaka, de hoofdstad van Bangladesh. Iedereen kon zien hoe lichamen onder het puin vandaan werden gehaald. Media berichten over huilende hulpverleners die urenlang hadden geprobeerd een vrouw te redden, maar die uiteindelijk stierf omdat er brand uitbrak. Later was er het wonder: een andere vrouw kwam, zeventien dagen na de ramp, levend

uit het ingestorte gebouw. Het drama kostte 1133 mensen het leven; bijna 2500 werden er gered. Het was het zoveelste in een reeks rampen met textielabrieken.

Dit kan niet, zei de wereld. Niemand wil dat iemand lijdt voor een shirt, een rokje. Organisaties als Schone Kleren Campaigne, Solidaridad en CNV Internationaal maakten zich sterk voor een stevig akkoord, ontwik- keld met Bengaalse en internationale vak- bonden en ngo's. Bengalezen zelf gingen in

september massaal de straat op; ze eisten een hoger loon.

Minister Ploumen (Buitenlandse Handel en Ontwikkelingssamenwerking) tekende eind september een overeenkomst van de Internationale Arbeidsorganisatie (ILO).

De ILO gaat misstanden aanpakken op het gebied van brand- en bouwveiligheid in Bangladesh. Daarvoor is 23 miljoen dollar (17 miljoen euro) beschikbaar. Ook onder- steuning van vakbonden en de re-integratie

van slachtoffers staan op het programma. 'Normaal' moeten slachtoffers van zo'n ramp zichzelf maar redden als ze niet meer kunnen werken.

Terwijl dit alles speelde, het afgelopen halfjaar, ontdekte de BBC dat arbeiders in Bengalse textielabrieken nog steeds werkdagen van negentien uur maken, en dat de deuren op slot gaan terwijl zij binnen zijn. Ook bleek dat klanten –kledingmerken, winkelketens– een rooskleuriger situatie op

de werkplekken krijgen voorgeschoteld dan die in werkelijkheid is.

En deze week brak er opnieuw brand uit. Textielververij Aswad Composite Mills in Dhaka ging in vlammen op; tien mensen kwamen om, vijftig werknemers raakten gewond.

Twee voor de prijs van één

Hebben Bengalezen het niet helemaal gehad met de westerse consument, die hoe je het mendt of keert toch de goedkope shirts aanschaft en voor de koopjes gaat? Sohrab Ali, projectcoördinator van de Bengalese vakbond BSSF, glimlacht. „Onze mensen zeggen over westerlingen: Ze willen het allergeedkoopste. "Buy one, get one free": twee voor de prijs van één."

Sohrab was deze week met de voorzitter van BSSF, Tofazzal Hossain, in Nederland, op uitnodiging van vakorganisatie CNV International. Het tweetal sprak onder andere met de Tweede Kamercommissie voor buitenlandse handel en ontwikkelings-samenwerking.

Hoewel westerlingen dus wel bekendstaan als koopjesjagers, kijkt Sohrab niet al te kwaad. Hij is zelfs erg vriendelijk. De productie weghalen uit Bangladesh moeten grote kledingmerken vooral niet doen. dat is geen oplossing voor de plaatselijke bevolking. Merken en ketens willen alleen de alleraagste prijzen, en dat is een probleem. Als zij iets meer willen betalen en eisen dat fabrieken de veiligheid verbeteren, kan dat een groot verschil maken, menen Sohrab en Toffazal. Maar de situatie is wel complex.

Een eerste, groot probleem noemt Sohrab de panden waarin de duizenden fabriekjes

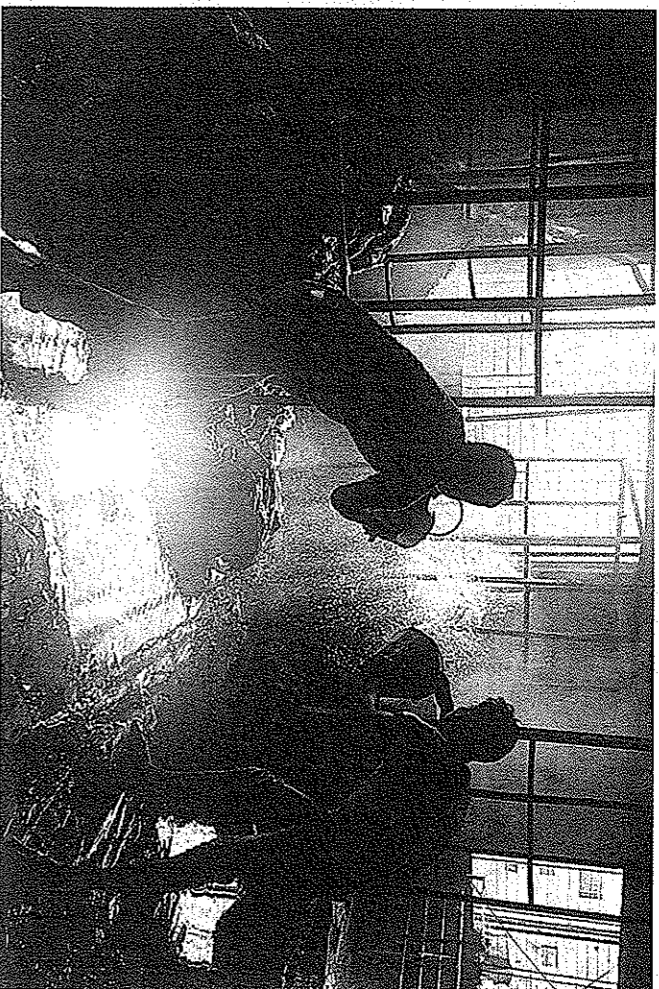
In Bangladesh bestaan hele straten, ogenschijnlijk woonwijken, uit textielfabrieken

in Dhaka gehuisvest zijn. Ze zijn bedoeld als woonwats, of als kantoorgebouwen. Hele straten, ogenschijnlijk woonwijken, bestaan uit textielfabrieken. Ondernemers hebben er zware machines geplaatst op verdiepingen die daar niet op berekend zijn. De trappen zijn smal; nooduitgangen zijn er niet of zijn afgesloten. Als iets vlam vat – en de stoffen waarmee wordt gewerkt zijn zo brandbaar als wat – staat een verdieping vliegensvlug in lichterlaaie.

Daarnaast worden arbeiders uitgebut en slecht betaald. Tussen hen en de rijke eigenaars van de textielfabrieken zit een grote kloof, schetsen de vakbondsmensen, die de afgelopen maand betrokken waren bij de grote stakingen in Bangladesh. De eigenaars wonen in riante huizen, bezitten tweede woningen, en zijn machtig in de politiek. Praten doen ze niet met het werkvolk. Intussen krijgt de naaister 3000 taka (30 euro) per maand, maar zou ze om fatsoenlijk te kunnen leven – en om te kunnen zorgen voor haar kinderen – 8000 taka moeten verdienen, stelt Sohrab. In de fabrieken zag hij werknemers met witte gezichten, bij wie de oogleden aan de binnenkant bleek zagen. „Ze lijden aan bloedarmoede omdat ze niet voldoende te eten hebben."

Machtig

Dus maken hij en Sohrab zich sterk voor een beter salaris in de branche. „Maar werkgevers luisteren niet. Ze zijn te veel gericht op winst. Ze willen maximaal tot 3600 taka gaan, maar dat is nog steeds te weinig." Toch kan de situatie verbeteren als westerse merken eisen stellen, hij is ervan



Textielververij Aswad Composite Mills, die dinsdag afbrandde, viel buiten het nieuwe akkoord over veiligheidsmaatregelen dat kledingketens zoals H&M en Primark tekenden. De ververij deed niet direct zaken met de grote merken, meldde The Guardian. beeld EPA

overtuigd. „Dat is ook gebeurd toen er ophief kwam over kinderarbeid en kledingmerken duidelijk aangaven dat ze niet wilden dat kinderen van 9, 10 jaar in de fabrieken werkten. Dat probleem is nu voor 90 procent opgelost."

Soms komen fabriekarbeiders naar Toffazal en Sohrab toe en zeggen ze: „Stop hiermee. Straks raken we ons werk kwijt." Kleinere bedrijfjes zouden het hogere loon inderdaad niet kunnen betalen, denkt Sohrab. Bij een verplicht hoger minimumloon zouden zij op de fles kunnen gaan. En erger dan een laag salaris is géén salaris, voor de werknemers. Want dan is er niets.

Ook verhuizen naar een ander veilig pand wordt niet eens altijd toegestaan. „Mensen wonen vlak bij hun werk, in huizen om de fabriek heen. Ze zitten er niet op te wachten om 20 kilometer te gaan reizen."

Behalve deze obstakels is er nog het grote, ingewikkelde verhaal van de politiek. Daar hebben 72 textielbazen een dikke vinger in de pap, schetsen de Bengalezen. „In 2005 wilde een fabriekseigenaar een gebouw neerzetten, midden in een meer. De overheid verbood het, maar hij deed het gewoon. De premier van Bangladesh wil dat het gebouw wordt afgebroken, maar dat wil niet zeggen dat ze dat voor elkaar krijgen. Zelf het hoogerrechtshof zegt: Breek dat gebouw af. En toch lukt het niet. Ze zijn machtig, hoor, de eigenaars."

Beloften

Of de ramp zoals die van Rana Plaza de afgelopen maanden heeft gezorgd voor snellere, concrete verbeteringen in de fabrieken? Sohrab: „We hoorden vooral veel beloften." En er werd geld verzameld voor de slachtoffers, weet hij. „Als je twee benen hebt verloren, krijg je 15.000 euro; als je één been kwijt bent 10.000." Verschillende instanties, zoals overheden en banken, betalen dat; van grote winkelketens zagen de slachtoffers nog geen cent, zegt hij.

Andere berichten spreken dat laatste overigens tegen. Zo zegt Primark kortetermijnsteun te geven aan 3602 gedupeerde werknemers van Rana Plaza, door aan allen zes maandsalarissen uit te keren. C&A-woordvoester Paulien Straeter verwijst naar afspraken in mei dit jaar, toen de keten ruim 1 miljoen uittrok voor lange-termijnhulp aan slachtoffers van een andere ramp in Bangladesh: de brand in de fabriek van Tazreen Fashion, in november 2012. Daarbij vielen zeker honderd doden. In totaal stelde C&A 5 miljoen beschikbaar voor verbetering van de veiligheid en werkomstandigheden.

Reputatieschade

Toch –hoe wrang het ook klinkt– heeft de ramp van Rana Plaza gezorgd voor afspraken die er anders niet waren gekomen, zegt

Janet Mensink, hoofd van het katoen- en textielprogramma van ontwikkelingsorganisatie Solidaridad. Solidaridad zet zich –onder andere– in voor een verduurzaming van de hele textielketen; sociaal verantwoord mode hoort daarbij.

„Voor het eerst werken verschillende partijen nu echt samen", zegt Mensink. „Tot nu toe probeerden fabrikanten en kledingketens individueel een oplossing te zoeken. Negenig kledingmerken hebben hun handtekening gezet onder het Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh, een akkoord dat tot stand kwam via vakbonden en ngo's. Vanaf 1 november starten de inspecties. Verder komen er trainingen voor managers." Het akkoord heeft gevolgen voor ongeveer 1800 van de 5000 textielfabrieken in Bangladesh, een „substantieel deel", volgens Mensink. Uiteindelijk zullen Bengalse bedrijven ook „gigantische investeringen" moeten doen voor andere gebouwen.

Toen de belangstelling voor duurzaam geproduceerde mode groeide, in de jaren 80 en 90, speelden bedrijven daar vooral op in vanuit een risicodenken, aldus Janet Mensink. „Stel, een journalist stuitte op een kind achter de naaimachine, dat kwam in de krant, wat weer zorgde voor demonstraties in de winkelstraat. Zo iets zorgt voor reputatieschade en bedrijven wilden dat vermijden. Op dit moment speelt er meer mee. Bedrijven willen hun aandeelhouders tevreden houden, die kritische vragen kunnen stellen, én zien zelf in dat de bedrijfsvoering is gebaat bij stabiele toeleveranciers."

„Bengalezen zeggen over westerlingen: Ze willen het allergeedkoopste"

De huidige onrust in Bangladesh, met stakingen en fabrieken die tijdelijk sluiten, maar ook de milieuproblemen door de textielindustrie –dalend grondwaterpeil, vervuiling door chemicaliën die ongezond verd worden gedumpt– zijn het tegenovergestelde van stabiliteit. En dus is het voor grote ketens ook economisch gezien wijs om stappen te zetten richting verbetering.

„Het is hier geen kwestie van een brand blussen", zegt Mensink. „De problemen zitten diep verankerd in de manier waarop de sector opereert. Daarbij gaat het om de laagste prijs voor de productie – en die vind

je in landen waar corruptie welig tiert en de lonen laag zijn."

Alle partijen die de situatie tot nu toe in stand hielden –fabrikanten, kledingmerken, overheden, consumenten– zijn nodig voor verandering. Mensink: „De drijvende kracht hierachter kunnen de grote merken zijn. Ik geloof dus dat er sprake is van een vooruitgang, het laatste halfjaar. Ik hoop echt dat er geen weg terug is – al vrees ik dat het ongeluk van deze week nog niet het laatste is geweest. Er is nog een heel lange weg te gaan."

Het omslagpunt

Trendwatcher Hilde Roothart verwacht op het gebied van duurzame kleding een "tipping point": een punt waarop het opens gewoon is om iets niet of wel te doen. „Dat magische moment waarop ideeën, trends of sociaal gedrag een drempel overgaan en zich als een lopend vuurtje verspreiden", zo omschrijft de Canadese journalist en bestsellerauteur Malcolm Gladwell dat begrip. Dat is gebeurd met roken, zegt Roothart van Trendslator, een bureau dat trends onderzoekt en vertaalt. Nog niet zo lang geleden rookte iedereen, anno nu is roken sociaal en wordt de persoon met zijn sigaretje verbannen naar het rookhok. „Zo'n ontwikkeling ga je ook zien op het gebied van eerlijke kleding, zodat het normaal is dat de arbeidsomstandigheden in textielfabrieken acceptabel zijn."

Wanneer dat cruciale moment er is, kan Roothart niet voorspellen. „Een tijd geleden was er de ophef over tapijten bij IKEA waar kinderarbeid aan te pas kwam. Dat heeft IKEA lang imago'shade berokkend; slecht nieuws zingt lang na. Het zorgde wel voor een omslagpunt. Iets dergelijks gebeurd toen The New York Times berichtte dat kledingketen H&M niet-verkochte kleding in de container gooide."

Burgers zijn dan verantwoordigd, en dat heeft effect op bedrijven. „Dat kun je passief noemen. Maar in het algemeen groeit het besef dat duurzaam produceren ook meer oplevert."

De wortels van de aandacht voor duurzame kleding liggen in de jaren 70. Roothart: „Dat was in het getenwollen-sokkentijsperk; de trend had een groot cruciaal-muetsligehalte. Hij had te maken met de naweeën van een hippietijd, vol idealen."

Nieuwe tijd

Consumenten van nu hebben volgens Roothart een andere insteek. Kinderen zeggen tegen hun ouders, de babyboomers: „Jullie wilden de wereld redden. Wij hebben ontdekt dat dat niet kan. Maar je kunt wel jezelf verbeteren, en aan je eigen verslaving werken, en een tweet versturen of een Facebookbericht plaatsen, en zo misschien mensen in je omgeving een beetje veranderen."

Daar komt bij dat de economische crisis –vanaf 2008– mensen veel bewuster heeft gemaakt wat betreft hun koopgedrag. Roothart wijst op initiatieven waarbij geld wordt bespaard: ruilkringen, met elkaar afspreken om een jaar geen kleding te kopen (Pre Fashion Challenge), minder kopen. „In de VS had je ze al eerder": "recessionista's", die voor anderen crisismenu's gingen serveren. Mensen kregen oog voor de overspannenheid in het hele proces van kopen en verkopen. Voor hen hoeft H&M niet meer elke week een nieuwe collectie te hebben, waarvan je weet dat nijvere handen eraan hebben gewerkt voor veel te weinig geld." Maar het kost tijd voor zulke maatschappelijke veranderingen op alle fronten zijn doorgedrongen. „Het gaat hier over een ingrijpende omslag", zegt Roothart. „Niet alleen qua kleding, de duurzame trend geldt ook voor energie, eten – voor allerlei basale zaken. Voor- en tegenstanders zijn volop in debat. Dat betekent dat een nieuwe tijd aan de deur staat te kloppen, terwijl de oude deur nog even stevig wordt dichtgehouden."