

# Novib zet consument op het goede spoor

U.N. 1-4-1994

Van één onzer verslaggevers

Den Haag

**De Nederlandse consument moet op zijn hoede zijn. Bloemen kunnen bespoten zijn, vis is niet altijd gifvrij en tapijten uit ontwikkelingslanden zijn vaak gemaakt door kinderhanden. De ontwikkelingsorganisatie Novib vindt dat dergelijke producten niet meer mogen worden gekocht.**

Om de consument ertoe aan te zetten de 'goede' producten te kopen heeft de organisatie een gids samengesteld. Milieuminister Alders kreeg gisteren het eerste exemplaar overhandigd. Het boekje gaat in op de produktiewijze van een groot aantal artikelen: van groenten en fruit tot tapijten, van vis tot snijbloemen en textiel. Aldus leert de lezer dat mooie Indiase tapijten worden gemaakt door kinderen die vaak als slaven worden behandeld. En wat moet hij eigenlijk met spertiebomen uit Ethiopië, een land waar bijna de helft van de bevolking aan ondervoeding lijdt?

In de consumentengids, getiteld 'wenken voor bewust winkelen', zijn alleen die producten opgenomen die milieu- en arbeidsvriendelijk zijn vervaardigd. De consument die een tapijt wil kopen, blijkt dan weinig alternatieven te hebben. Alle tapijten worden in weinig mensvriendelijke omstandigheden gemaakt en de Derde-Wereldwinkels verkopen nog geen verantwoord gemaakte tapijten.

Daar is bovendien het oude dilemma: wat schiet die Indiase jongen op met een boycot van zijn tapijten? Dan heeft hij geen werk, geen onderkomen en geen eten. Novib-

medewerker Klugkist erkent het. "Maar is dat uiteindelijk niet beter dan pure slavernij?", vraagt hij zich retorisch af. "Die kinderen worden met hun voeten vastgebonden aan de weefgetouwen. Is dat leven?"

Er rust een zware verantwoordelijkheid op de schouders van de consument. Hij kan op elk moment van het jaar zalm eten, gevangen door grote Spaanse en Japanse trailers voor de kusten van Afrika en Zuid-Amerika. Vis die aan de neuzen van de lokale vissers en de lokale bevolking voorbij gaat. Vis die is gevangen met drijfnetten, ook wel de netten des doods genoemd. "Dat probleem is feitelijk alleen op te lossen met labels en keurmerken, zodat je in één oogopslag kunt zien of een produkt aan de voorwaarden voldoet. Maar dat is vooral een taak voor de overheid en het bedrijfsleven", erkent de samensteller van het boek, Hans van de Veen.

"De consument heeft echter de macht deze twee partijen tot actie te manen. Door te vragen om duurzame producten, die op verantwoorde wijze zijn gemaakt. Wij willen de mensen daarin helpen door ze te informeren over de omstandigheden waarin de producten zijn gemaakt."

Toch brengt deze kritische houding ook risico's met zich mee, waarschuwt Van de Veen. "De Verenigde Staten en Frankrijk voeren nu een soort eco-protectionisme. Zij willen dusdanig strenge eisen stellen dat ze de grenzen kunnen sluiten voor concurrenten van hun eigen industrieën. Ook wij moeten oppassen dat we geen bloemen uit Afrika boycotten, terwijl hier toch miljarden worden verstookt in de Westlandse warenhuizen."

Van de Veen: "Het gaat er vooral om dat-ie zich bewust is waar een bepaald produkt vandaag komt en wie hij daarmee helpt. Zoiets burgert snel genoeg in. Kijk naar de Max Havelaar-koffie. Duurzaamheid en verantwoordelijkheid zijn al geaccepteerde thema's. We spelen ook in op een behoefte."

## Keurmerk

De Landelijke India Werkgroep, de FNV, de Novib en de organisatie Kinderen in de knel, het kinderprogramma van de protestantse kerken, hebben gisteren 32 importeurs en verkopers van handgeknopte tapijten om medewerking gevraagd bij de introductie van een keurmerk voor niet door kinderen gemaakte tapijten. De oproep is onder anderen gericht aan de Bijenkorf, Ikea en V&D.