

# 'Heeft een kind dit shirtje gemaakt?'

van onze redactie economie

UTRECHT - Iedere dag gaan meer dan 200 miljoen kinderen over de hele wereld aan het werk. In sommige landen zeven dagen in de week van vroeg tot laat. Veel Nederlanders mijden de grote dis-counters uit angst om er een T-shirtje te kopen dat door kinderhandjes is gemaakt. Maar een prijskaartje zegt niet veel.

„Vijf procent van het bedrag wordt bepaald door het loon”, legt mevrouw I. Zeldenrust van de Stichting Onderzoek Multinationale Ondernemingen (SOMO) uit. Ook de tekst op het label over het land van herkomst zegt weinig. „De kledingfabrikanten zijn niet eens verplicht zo'n label in de kleding te stikken.” „Er is geen 'zwarte' lijst van winkels waar de consument niet naartoe moet gaan omdat hij of zij dan zeker weet dat de producten door kinderen zijn gemaakt”, aldus een medewerker van de Landelijk India Werkgroep. „We streven wel naar een 'witte' lijst, zodat de consument zeker weet dat hij geen 'kinderkleding' koopt.”

SOMO participeert samen met zeven andere organisaties, waaronder de Alternatieve Konsumentenbond, de Landelijke Vereniging Wereldwinkels en de Landelijke India Werkgroep, in het *Schone Kleren Overleg*. Dit overleg heeft samen met het Nibud en de FNV een *Eerlijk Handels Handvest* opgesteld. De organisaties voeren overleg met de werkgeversorganisatie van de Nederlandse kledingindustrie Fenecon en Mitex, de Vereniging van Ondernemers in de Modedetailhandel.

Het is de bedoeling dat winkels die het handvest zullen ondertekenen, een keurmerk krijgen. Er zal dan wel onafhankelijk gecontroleerd moeten worden, of de arbeidsomstandigheden in de fabrieken menswaardig zijn. Zo moeten arbeiders vrij zijn zich aan te sluiten bij een vakbond. Er mogen geen kinderen in de fabrieken werken en mensen mogen niet gedwongen worden om over te werken. Ook moet er een einde aan dwangarbeid komen en mogen vrouwen niet langer minder betaald krijgen dan mannen voor hetzelfde werk.

Maar het keurmerk is er nog niet. De onderhandelingspartners hebben nog geen overeenstemming bereikt. Het probleem zit hem in de controle. Maar mevrouw Zeldenrust ziet het niet al te somber in: „Het heeft er nog nooit zo positief uitgezien.” Toch durft ze geen datum voor de overeenkomst te noemen. In ieder geval zijn de organisaties blij dat er steeds meer aandacht komt voor de ethische kanten van ondernemen, zolang het maar niet uitmond in zelfregulering, zoals met allerlei milieukeurmerken is gebeurd. De consument kan door de bomen het bos niet meer zien. De bedoeling van het *Eerlijk Handels Handvest* is dat er één kenmerk voor de totale modebranche komt, zodat de klant direct kan zien wat voor vlees hij in de kuip heeft. Zowel vakbewegingen, consumentenorganisaties als de branche zelf moeten participeren in het toekennen en controleren van het keurmerk.

## Zware last

Ook zal de houding van de westerse landen tegenover de Derde-

Wereldlanden veranderen. Voor de werkgever ter plekke kan verhoging van de lonen wel een zware last zijn. Volgens de samenwerkende organisaties is het belangrijk stabiele relaties aan te gaan met de textielindustrie in bijvoorbeeld India. Er moet baanzekerheid zijn, willen de werkgevers meer loon betalen en niet langer gebruik maken van de goedkope kinderkrachtjes. Geen enkele industrie is zo gemakkelijk te verplaatsen als de kledingindustrie. Van China naar Vietnam, van Vietnam naar Laos en nu naar Oost-Europa. Zolang ondernemers geen zekerheid hebben dat ze over twee jaar nog afnemers hebben, zal er weinig veranderen.

Maar hoe kunnen kritische Nederlandse consument ten strijde trekken tegen onrechtvaardige arbeidsverhoudingen? Volgens Zeldenrust moeten ze hun stem laten horen. „Vraag aan de kassa, of ze je kunnen garanderen dat het artikel niet door kinderen gemaakt is. Ze zullen je het antwoord schuldig moeten blijven, maar hopelijk zet het de winkeliers wel meer aan het denken.”