

P+
SPECIAL
Jaargang 16
Week 19 | 2018

Hoe in Bangladesh
producenten en Nederlandse
bedrijven samenwerken

André Nijhof en Michiel van Yperen

Op weg naar duurzaam
textiel

Ze zijn op weg om duurzame textiel te leveren, de Bengaalse fabriekseigenaren die voor Nederlandse modemerken produceren. En de Nederlandse bedrijven ook.

Verduurzaming van de textielindustrie in Bangladesh moet in samenwerking gebeuren, daar is iedereen van overtuigd. Nyenrode Business Universiteit, MVO Nederland, MDF Training & Consultancy en het Convenant Duurzame Kleding en Textiel doen hun best de productieketen te verduurzamen. Maar ze zijn er nog niet, want – zoals een van de geïnterviewden een Chinese wijsheid citeert:

“Elke lange mars begint met een kleine stap.” Samen met sleutelfiguren zoomt P+ in op de hoopgevende ontwikkelingen in de kledingindustrie.

De lange mars

Wie denkt dat de verduurzaming van de textielsector in Bangladesh pas begon na de ineenstorting van het verzamelgebouw Rana Plaza, op 24 april 2018 vijf jaar geleden, heeft het mis. Rana Plaza was niet de eerste ramp die de Bengaalse industrie trof. De incidenten waren bekend, en de zorgen al groot. Niet alleen op het gebied van veiligheid, maar op elk vlak van *People, Planet en Profit*. Niet voor niets stelde het Business Social Compliance Initiative (BSCI), opgericht door de branchevereniging van de Europese retailers, al begin deze eeuw een verplichte gedragscode en een gestroomlijnd audit-systeem op. Ook bestond er al een Water Pact in Bangladesh, want het land is weliswaar rijk aan overstromingen, maar het grondwaterpeil zakt jaarlijks dramatisch. Het zuiveren en recyclen van afvalwater in de dorstige textielindustrie

biedt een goed alternatief. En in Nederland was de Fair Wear Foundation al in 1999 opgericht en de Schone Kleren Campagne al actief. Maar toch, de ineenstorting van Rana Plaza in de Bengaalse hoofdstad Dhaka, waarbij meer dan 1100 werknemers letterlijk werden verpletterd en duizenden gewond raakten, wordt nog steeds beschouwd als *wake-up-call*. “De Bengalen zeiden: dit gebeurt wekelijks”, zegt Michiel van Yperen, sectormanager textiel bij MVO Nederland. “Weliswaar op kleinere schaal en het was meestal een brand, maar blijkbaar was een hoog dodental nodig om iedereen wakker te krijgen.” Alle ngo’s roerden zich. De vakbonden, onder aanvoering van de Nederlandse, zetten het Bangladesh Accord op om bedrijfsgebouwen te inspecteren en veiliger te maken. Onder aanvoering van toenmalig minister Ploumen voor

Buitenlandse Handel en Ontwikkelingssamenwerking kwamen de Nederlandse kledingconcerns in beweging. Er werd een Convenant Duurzame Kleding en Textiel gesloten (zie kader), waaraan zich inmiddels 76 Nederlandse modelabels hebben gecommitteerd en sinds kort één Duits bedrijf, Esprit. Binnen het convenant krijgen Nederlandse kledingmerken training in *due diligence* (MVO-risicomanagement) en in thema’s als leefbaar loon en vrijheid van vakvereniging.

Nyenrode, MVO Nederland en MDF namen het zogenoemde impulsprogramma op zich (zie kader), waarin ze in samenwerking met de Bengaalse textieluniversiteit BUFT fabriekseigenaren en studenten vertrouwd maken met MVO en het Nederlandse convenant. Het programma loopt in juni van dit jaar af en

HOE GROOT IS DE TEXTIELINDUSTRIE?

De wereldwijde exportmarkt in textiel kende in 2016 een jaaromzet van 442 miljard Amerikaanse dollar. Van die export ging 38 procent naar de EU. Bangladesh is na China het tweede exportland in de textiel met een jaaromzet van 28 miljard dollar. De jaarlijkse groeicijfers stegen vaak hoger dan 5 procent. Nederland importeert ongeveer 13 miljard dollar aan textiel, waarvan 750 miljoen uit Bangladesh. In Nederland werken ruim 73 duizend medewerkers bij 9.020 modedetailzaken. Dit aantal neemt de laatste jaren met 2 tot 3 procent af, maar de online detailhandel neemt juist toe. In 2017 werd 20 procent van de omzet in de Nederlandse mode gerealiseerd door online kledingwinkels.

“De Bengaalse textielsector heeft een slechte reputatie, maar dat is niet helemaal terecht, want het is een enorme industrie”

wordt door BUFT zelfstandig voortgezet. Een mooie aanleiding om het MVO-peil in de Bengaalse textielsector te meten. Hoe staan zij en wij er voor? En hoe ziet die markt er over tien jaar uit?

“De wereld heeft Bangladesh in het vizier”, stelt Ineke Pitts, directeur zuid-Azië bij MDF. “Dit land ligt wat betreft de textielindustrie onder een vergrootglas. Ik geloof echt dat dit ze aan het hart gaat. Ze hebben een slechte reputatie, maar dat is niet helemaal terecht, want het is een enorme industrie. De fabrieken doen hun best om alle waardeveranderingen te integreren. De dialoog is ook veranderd. Mensen zijn meer gefocust en de meeste textiel fabrieken zijn nu ingericht zoals wij willen. Ik zie zelfs fantastische fabrieken met bijvoorbeeld kinderopvang en sportmogelijkheden.” Het is geen geringe transitie die de Bengaalse textielsector moet ondergaan. Het feit dat in Bangladesh inmiddels 86 procent van de export door textiel wordt bepaald, geeft het belang aan en ook de noodzaak tot verandering. “Bangladesh levert aan de hele wereld”, zegt André Nijhof, professor Sustainable Business and Stewardship aan Nyenrode Business Universiteit. “Nederland kan Bangladesh niet verduurzamen. We nemen maar 3 procent van hun export af.”

Maar ook hij ziet veranderingen. “Kort na de ineenstorting van Rana Plaza hoorde ik: ‘Rana Plaza was een rotte appel, en die ineenstorting was een incident.’ Dat hoor ik nu niet meer. Toen waren er al model fabrieken. Ik zie nu dat de middengroep zich naar die kopgroep vecht. Er zijn vast nog kledingmerken die hier niet mee bezig zijn, maar ik merk dat de sector die fabrieken niet meer wil. Aan de onderkant verdwijnen steeds meer bedrijven. Dat zijn er nu nog een paar honderd waar dat er een paar jaar terug nog duizend waren. Dat is een echte winst. De werkgeversvereniging BGMEA doet ook goed werk om de ‘cowboys’ uit te sluiten.”

Van Yperen bevestigt de veranderende rol van de textielwerkgevers. “BGMEA zit nu in de fase van compliance: ondernemen in overeenstem-



Duurzaamheidsprofessor André Nijhof van Nyenrode Business Universiteit (links) en Michiel van Yperen, sectormanager textiel bij MVO Nederland, pleiten voor lokale steunpunten in Bangladesh, die de uitvoering van het Convenant Duurzame Kleding en Textiel kunnen versterken: “Oprechte samenwerking, een goede dialoog en gezamenlijke innovatie is effectiever.”

ming met de geldende wet- en regelgeving, en het nakomen van de internationale normen. BGMEA is een machtige speler. Alle grote bedrijven die exporteren zijn hier lid van; zij maken de dienst uit. We geven hen mee: probeer innovatief te zijn. En denk na over hoe deze industrie er over tien jaar uit zal zien.” Zijn hoop is gevestigd op vernieuwende fabrieken in Bangladesh, de koplopers. “Het zijn echte leiders en de meest geliefde toeleveranciers voor de grote inkopers. Maar daar heb je ook visie en leiderschap voor nodig, terwijl 95 procent van de fabrieken in de overlevingsstand zit. Die 5 procent bedient nu de Westerse markt. Dat zijn er meer dan twintig, maar minder dan vijftig van de ruim vierduizend fabrieken. Maar wel knettergrote fabrieken. De gehele Westerse kledingmarkt weet hen te vinden.”



“Een groot deel van het snijafval kan opnieuw worden gebruikt en dat zal ook in Bangladesh een nieuw businessmodel opleveren”



Jef Wintermans, coördinator van het Convenant, was in april bij een conferentie in het TMC Asser Instituut waarin Bangladesh centraal stond. “Daar hoorde ik dat het land economisch groeit, dat de werkgelegenheid groeit en dat er hele mooie textiel fabrieken zijn, maar ook nog steeds fabrieken waar het minder mooi is. De economische groei is er mede dankzij flinke investeringen in duurzaamheid. Bangladesh is sinds de ramp van Rana Plaza in de versnelling gegaan richting duurzame en verantwoorde economie.”

Wat nog aanmerkelijk achterblijft is de uitbetaling van leefbaar loon. “Dat is nog niet geregeld”, beaamt Van Yperen, “daarvoor is een systeemverandering bij de overheid nodig. De koploperfabrieken zeggen veel van het lage loon te compenseren door gratis huisvesting,



WAT STAAT ER IN HET CONVENANT DUURZAME KLEDING EN TEXTIEL?

In juli 2016 hebben zo'n 55 Nederlandse bedrijven samen met brancheorganisaties, vakbonden, maatschappelijke organisaties en de overheid dit convenant getekend om de internationale keten te verduurzamen. Doel is om risico's op schending van mensenrechten, schade aan milieu en dierenwelzijn in de keten van een sector daadwerkelijk aan te pakken. Het benoemt negen thema's op het gebied van Internationaal Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (IMVO) waarop gefocust moet worden, waaronder discriminatie en gender, kinderarbeid, vrijheid van vereniging, leefbaar loon, veiligheid en gezondheid op de werkvloer.

De bedrijven die het convenant ondertekenden, moeten jaarlijks plannen van aanpak indienen. Daarin inventariseren ze wat de risico's in hun productie- en toeleveringsketen zijn en hoe ze die aanpakken. Deelnemers aan het convenant worden ondersteund door een staf die onder de vlag van de Sociaal-Economische Raad (SER) gevoerd wordt.

Onlangs presenteerde het Convenant het eerste jaarverslag.

een gratis maaltijd per dag, een goede school op het fabrieksterrein, sportfaciliteiten, en gratis medische zorg aan te bieden. Als ze dat leefbaar inkomen omzeilen, maar wel in natura bonussen geven, is dat wel een stap voorwaarts.”

Wintermans noemt het achterblijven van leefbaar loon in het algemeen een ingewikkeld probleem. “Bedrijven die inkopen, betalen de prijs van het product, dus niet direct het loon van de arbeider. Eén van de oplossingen is dat een ondertekenaar van het convenant zelf een fabriek in zo'n land overneemt, en zelf leefbaar loon gaat betalen.”

Nijhof ziet een andere oplossing. “We kunnen dit spel heel anders gaan spelen. Niet vanuit de gedachte alles zo goedkoop mogelijk te doen. Het produceren binnen wantoestanden is een keuze, niet de vanzelfsprekende uitkomst van goedkope kleding. Ik ken Bengaalse kledingfabrieken die gesprekken voeren met kleding-

merken over de toekomst. Wat voor deals willen jullie over drie jaar? Dat zou gerecycled katoen kunnen zijn, of meer elastiek in de kleding. Prima, zeggen zij, wij investeren in de nodige techniek, maar dan moeten jullie wel klant blijven. Zo los je samen problemen op. En dan blijkt dat de kleding uiteindelijk nauwelijks duurder is dan de productie die onder slechte omstandigheden is gemaakt.” Nijhof wijst erop dat de wantoestanden in Bangladesh mede voortkomen uit de wijze waarop wij de textielsector inrichten. “En in een tijd waarin e-commerce opkomt en veel modeketens zichzelf opnieuw moeten uitvinden om winstgevend te blijven, verdwijnt de problematiek in de keten al snel naar de achtergrond. Dat is het laatste wat mag gebeuren.”

Op welke manier verwachten we dat duurzaamheid over tien jaar is geïmplementeerd in de Bengaalse textielsector? Ineke Pitts verge-

lijkt de Bengaalse markt met die van Sri Lanka, waar de textielsector sinds 2004 een grote transitie doormaakt. “Bangladesh zal het nieuwe Sri Lanka worden, maar dan machtiger omdat ze een enorme markt hebben. Ze gaan richting massaproductie van ‘schone’ kleren. Ze moeten wel, om te overleven. Regeringen uit allerlei landen, de inkopers en de vakbonden steken miljoenen in de verduurzaming van de textielindustrie. Misschien zal zo'n 30 procent niet overleven, omdat ze niet in staat zullen blijken om te concurreren. Het aantal en het type fabrieken zal veranderen. We gaan meer richting recycling.”

Die toekomst ziet ook Van Yperen voor zich. “De geformuleerde ambitie van koplopers uit 2013 luidde: in 2025 is de textielsector volledig circulair. Daarmee zijn we al een heel eind onderweg in bedrijfskleding. Nu de consumentenmode nog en daarvoor zijn we aan het proefdraaien in India, en dat gaat goed. Een groot deel van het snijafval kan opnieuw worden gebruikt als de juiste samenwerking wordt gevonden. Het zal ook in Bangladesh een nieuw businessmodel opleveren.” Het sleutelwoord voor Wintermans is transparantie. “Over tien jaar zal de keten transparanter zijn en zullen meer inkopende bedrijven bekend maken met welke toeleveranciers ze werken. Inkopende bedrijven zullen nog kritischer zijn op waar ze inkopen en hoe ze eventuele risico's samen met anderen kunnen aanpakken.”

Pitts noemt een van de grootste uitdagingen in deze transformatie goed leiderschap en management. “Als je mensen innovatief wilt laten zijn, dan moet je ze anders begeleiden dan ze



WAT HELPT BENGAALSE FABRIEKSEIGENAREN EN STUDENTEN IN DE TEXTIELSECTOR?

Het zogenoemde impulsprogramma dat in opdracht van NUFFIC is opgezet, wordt uitgevoerd door Nyenrode Business Universiteit, MVO Nederland en MDF Training&Consultancy. Voluit heet het 'Capacity building for CSR, SRHR and innovative leadership', waarbij SRHR staat voor Sexual Reproductive Health Rights, dat specifiek op vrouwen in de textiel gericht is. Het programma omvat een aantal trainingssessies over MVO en het Nederlandse convenant Duurzame Kleding en Textiel. Deze worden gegeven aan fabriekseigenaren die aan Nederlandse kledingmerken leveren en aan studenten. De trainingen zijn in samenwerking met de Bengaalse textieluniversiteit BUFT in Dhaka ingevuld. MDF heeft de organisatorische kant op zich genomen.

Doel is het beter opleiden van nieuwe generaties, waarbij duurzaamheid en maatschappelijk verantwoord ondernemen een belangrijke rol spelen. Het gaat hier ook om nieuwe businessconcepten met positieve MVO-impact, zoals circulaire textielproductie, *mass customization* en *technical textiles*. Daarmee krijgen de helft van de professionals die in de textielsector in Bangladesh instromen in elk geval kennis mee in hun opleiding over deze thema's. Het impulsprogramma loopt in juni van dit jaar af.

> nu gewend zijn in Bangladesh. Dat gaat nog wel even duren." Ook Wintermans wijst op gedragsverandering. "Zoals de Chinezen zeggen: 'Elke lange mars begint met een kleine stap.' We hebben het over verandering van het menselijk gedrag. Dat kost tijd."

Nijhof hoopt dat modeketens niet met elkaar op duurzaamheid zullen concurreren, maar gezamenlijk optrekken om de zaken goed te regelen en dat daarmee de keten transparanter wordt. "Ook hoop ik dat over tien jaar het gemeenschappelijke belang tussen Bengaalse fabriekseigenaren en Nederlandse kledingmerken helder is en die dialoog begeleid kan worden door lokale steunpunten die verbonden zijn met het Convenant."

De achtergrond van dit pleidooi, dat Nijhof samen met Van Yperen in een opiniestuk in Het Financieele Dagblad publiceerde, is dat ze

merken hoe belangrijk het is om te zoeken naar een gemeenschappelijke basis. "Het debat raakt steeds meer doorspekt met wantrouwen. De toeleveranciers raken een beetje moe van het opgeheven wijsvingertje van de Westerse inkoopmarkt. Maar als je inzoomt op belangrijke thema's, dan zie je dat niemand voor kinderarbeid is, of het ineensstorten van een fabriek hen onverschillig laat. Oprechte samenwerking, een goede dialoog en gezamenlijke innovatie is effectiever. Zo'n steunpunt zou die thema's kunnen oppakken en kunnen zorgen voor een goede dialoog."

En welke rol hebben consumenten? Het zou helpen als steeds meer klanten hier bewust op gaan letten bij de aanschaf van kleding, zo stellen alle betrokkenen. "Bij bedrijven als i-Did, Mud Jeans en Dutch Spirit kan dat", zegt Nijhof. "Maar de grote impact wordt gecreëerd als een consument er gewoon op kan

Ineke Pitts, directeur zuid-Azië bij MDF Training & Consultancy: "Bangladesh ligt wat betreft de textielindustrie onder een vergrootglas. Ik geloof echt dat dit ze aan het hart gaat."

vertrouwen dat de kleding die gemaakt is duurzaam is. Dan kunnen bedrijven concurreren op mode, prijs, kwaliteit en dergelijke maar niet op de thema's die bij duurzaamheid centraal staan. De grote vraag is hoe we dat gaan organiseren met elkaar." ■

Websites

- + [Nyenrode Business Universiteit](#)
- + [MVO Nederland](#)
- + [MDF Training & Consultancy](#)
- + [BGMEA](#)
- + [Textieluniversiteit BUFT](#)

-
- + TEKST ASTRID VAN UNEN
 - + FOTOGRAFIE ANNE HAMERS EN SHADE TREE PRODUCTIONS
 - + ART DIRECTION BUREAU BOUDEWIJN BOER EN STUDIO 10
 - + UITGEVERIJ ATTICUS BV
 - + WWW.P-PLUS.NL
 - + MET DANK AAN I-DID