IMVO Convenanten

Supported by SER

Jaarrapportage 2018

Convenant Duurzame Kleding en Textiel

Verandering in gang gezet ›

Voorwoord - Pierre Hupperts

Verandering in gang gezet

Het Convenant Duurzame Kleding en Textiel heeft in 2018 nieuwe stappen gezet op het gebied van internationaal maatschappelijk verantwoord ondernemen (IMVO). Bedrijven, overheid, maatschappelijke organisaties en vakbonden werken samen aan duurzame verandering in de kleding- en textielketen

Sinds 2016, het jaar van ondertekening, is er al heel wat bereikt. Het aantal deelnemende merken is gestegen naar 92; bijna de helft van de Nederlandse kleding en textielmarkt. Veel bedrijven zijn inmiddels goed op weg met hun due diligence (risicomanagement). Het inzicht in de keten is vergroot: de lijst met productielocaties is in 2018 fors gegroeid. En de samenwerking binnen het convenant heeft geleid tot een verdere verdieping en verbreding van de kennis en inzicht in de ketens en due diligence: workshops, trainingen en bijeenkomsten. Ook zijn tal van gezamenlijke projecten opgezet gericht op de aanpak van problemen in productielanden.

Dit is nog maar het begin van het veranderingsproces. Daar zijn wij ons goed van bewust. Veranderingen gaan langzamer dan we in ons enthousiasme en betrokkenheid graag zouden willen. Het kost tijd om tot de juiste werkwijze te komen en om de organisatie en processen binnen bedrijven aan te passen. Dat maakt het noodzakelijk om scherp prioriteiten te stellen en de aandacht en inzet te richten op activiteiten die echt een verschil kunnen maken.

De Nederlandse textielmarkt is maar een klein stukje van de wereldmarkt. Onze invloed is beperkt. Toch kan ons initiatief helpen om binnen de internationale kleding- en textielsector een beweging op gang te brengen. Samen met de Duitse Bündnis für nachhaltige Textilien zetten wij ons in voor bredere Europese samenwerking.

Alle bedrijven en partijen binnen het convenant leren bij in een rap tempo. Deze nieuwe kennis kunnen we goed inzetten in vervolgstappen. In deze jaarrapportage presenteren wij de resultaten van 2018 met vele verhalen uit de praktijk. Daarmee laten wij zien hoe het convenant stap voor stap meer vorm krijgt.

Pierre Hupperts, voorzitter Convenant Duurzame Kleding en Textiel

Inhoudsopgave

Convenant: stand van zaken

Plannen van aanpak

Internationale uitbreiding en opschaling

Samenwerking

Vooruitblik

Voorwoord ›

Feiten en Cijfers 2018 ›

Colofon ›

Convenant: stand van zaken

Doordat de beschikbare informatie en de ervaring toenemen, kunnen de doelen steeds worden aangescherpt. Het proces van due diligence wordt dus continu doorlopen en verbeterd.

Convenant in vogelvlucht

Het Convenant Duurzame Kleding en Textiel wordt gesteund door een groeiende coalitie van bedrijven, brancheorganisaties, vakbonden, rijksoverheid, maatschappelijke organisaties (ngo's) en expert-organisaties. Doel is dat in 2020 ten minste 80 procent van de Nederlandse kleding- en textielsector het convenant heeft ondertekend.

Met de ondertekening committeren deelnemers zich aan de doelen van het convenant, waarmee zij zich inspannen voor betere arbeidsomstandigheden en een goede manier van omgaan met dieren en het milieu. Bedrijven verplichten zichzelf om in hun keten na te gaan wat de risico's zijn op betrokkenheid bij misstanden op het gebied van mensenrechten, milieu en dierenwelzijn en hoe zij die kunnen aanpakken. Dit doen zij door middel van due diligence volgens de richtlijnen van de OESO: opstellen van MVO-beleid, analyse van de keten, risicoanalyse en prioritering, aanpak van de risico's en toegang tot herstel, monitoring en communicatie.

Stap voor stap vooruit

In de loop van het convenant wordt van deelnemende bedrijven verwacht dat zij steeds verdere stappen zetten. Inmiddels is jaar 3 bereikt.

- Jaar 1: bedrijven brengen hun productieketen in kaart en maken een lijst van productielocaties die door het convenantsecretariaat aan de geaggregeerde lijst wordt toegevoegd. Daarnaast maken bedrijven een plan van aanpak waarin zij de risico's in hun keten onderzoeken en prioriteren. Ook benoemen zij concrete, haalbare doelen om die risico's aan te pakken.
- Jaar 2: bedrijven starten met de uitvoering van hun plan van aanpak, in samenwerking met vakbonden, maatschappelijke organisaties en overheid. Ieder jaar brengen zij verslag uit over de voortgang. Doordat de beschikbare informatie en de ervaring

toenemen, kunnen de doelen steeds worden aangescherpt. Het proces van due diligence wordt dus continu doorlopen en verbeterd.

- Jaar 3: bedrijven communiceren met de buitenwereld over hun plan van aanpak. Op hun website en in jaarverslagen geven zij inzicht in hun risico's en de manier waarop zij daarmee omgaan.

Bereikte resultaten in 2018

1. Uitbreiding productielocatielijst; van 2802 productielocaties (eind 2017) naar 4268 (eind 2018).
   Resultaat: meer transparantie in de keten.

2. Stijging van het aantal deelnemende merken naar 92, dat is 48% van de Nederlandse markt;
   Resultaat: grotere gezamenlijke invloed zowel in Nederland als internationaal

3. Meer inzicht in materialen die in de sector worden gebruikt.
   Resultaat: door bewustere keuzes verandering naar gebruik meer duurzame materialen.

4. Opzetten en uitvoeren van collectieve projecten, trainingen, workshops en tools.
   Resultaat: meer kennis en kunde om processen en producten te verduurzamen.

5. Invoeren beoordelingskader voor plannen van aanpak.
   Resultaat: gezamenlijk leren, bedrijven concreet verder helpen en gezamenlijke actie.

6. Beoordeling van de plannen van aanpak door het secretariaat, feiten en cijfers.
   Resultaat: meer inzage in gezamenlijke voortgang.

7. Meer internationale samenwerking met andere initiatieven zoals het Duitse Bündniss, de Fair Labour Association (FLA) en de Sustainable Apparel Coalition (SAC).
   Resultaat: door samenwerking meer gezamenlijke invloed en internationaal draagvlak.

Workshop Solidaridad en Modint

Tips voor verduurzaming inkooppraktijk

Due diligence begint met het in kaart brengen van de risico's. Maar wat is de volgende stap? Solidaridad, Modint en het convenantsecretariaat organiseerden in 2018 twee workshops waarin bedrijven concrete tips kregen om hun inkooppraktijk te verduurzamen.

'Bedrijven die een risicoanalyse hebben uitgevoerd, willen graag alle issues oplossen die uit de due diligence naar voren komen', vertelt Tamar Hoek, programmamanager textiel van Solidaridad. 'Wij gaven ze tijdens de workshops tips om dicht bij huis te beginnen: bij het eigen inkoopproces.'
Sommige maatregelen zijn volgens Hoek relatief eenvoudig en snel te nemen. 'Stel bijvoorbeeld de uiterlijke datum vast tot wanneer een ontwerp kan worden gewijzigd en hou je daaraan. Het is begrijpelijk dat bedrijven iets wat trendy is zo snel mogelijk in de winkel willen hebben, maar dit kan betekenen dat leveranciers, en dus de mensen in de fabriek, heel veel moeten overwerken. Daar kun je als bedrijf dus iets aan doen.'

Op verzoek van Solidaridad en Modint kwamen de deelnemers aan de workshops per bedrijf met z'n tweeën: een MVO-manager én een inkoper. 'Beiden hebben binnen hun bedrijf verschillende doelstellingen, daarom is het goed om met hen samen in gesprek te gaan. Dankzij de workshops hebben wij een beter beeld gekregen van hoe het er intern aan toe gaat bij bedrijven. En van de deelnemers hebben wij veel positieve reacties gekregen. De bijeenkomsten hebben binnen bedrijven echt wat los gemaakt.' ■

Sandra Claassen, directeur Arisa:
'Voor transparantie is lef nodig'

Voor de non-gouvernementele organisatie Arisa (voorheen Landelijke India Werkgroep) was het een hele stap om het Convenant voor Duurzame Kleding en Textiel te ondertekenen. Toch heeft Arisa geen spijt gekregen van deelname, al heeft directeur Sandra Claassen haar verwachtingen wel moeten bijstellen.

Hoe kijken jullie tegen de voortgang van het convenant aan?
'Het heeft in de eerste jaren heel wat voeten in de aarde gehad om de procedures, het proces van due diligence en de monitoring gezamenlijk op te zetten. Wij dachten: als bedrijven met hun plannen van aanpak komen, rollen daar al snel lijstjes met prioriteiten uit en gaan we die samen aanpakken. Maar het ligt allemaal wat ingewikkelder en kost ook tijd. Daardoor hebben we onze verwachtingen bij moeten stellen. Voor veel bedrijven is due diligence nieuw. Het blijkt al een hele inspanning om de eigen productieketen in kaart te brengen en dan moet het analyseren van risico's nog beginnen.'

Zijn jullie tevreden over de resultaten?
'Voor de buitenwereld zou je het liefst meteen concrete resultaten en harde cijfers willen presenteren. Maar het begint met onderling vertrouwen en samenwerking. Maatschappelijke organisaties, vakbonden en bedrijven kennen elkaar vaak nog niet. Er zijn vooroordelen over en weer. We spreken elkaars taal niet. Dankzij het convenant leren we elkaar beter kennen en groeit het vertrouwen om samen iets te doen tegen de misstanden in de sector.

Het is boeiend om met bedrijven samen te werken. Eind 2017 zijn we bijvoorbeeld samen met vier kledingbedrijven een project gestart om de arbeidsomstandigheden in spinnerijen in Zuid-India te verbeteren. Door zo'n project komen we als ngo's, vakbonden en bedrijven meer over elkaar te weten en krijgen we ook respect voor elkaar.

Bedrijven hebben met name kennis van de productieketen. Zij hebben vooral contact met de leveranciers en de directie van bedrijven. Hun informatie is gebaseerd op audits. Ngo's en vakbonden hebben relaties met lokale partners en weten wat er aan de achterkant van het productieproces speelt. Door die kennis en ervaringen bij elkaar te brengen, kunnen we invloed uitoefenen en mogelijk ook veranderingen op gang brengen. Wij kunnen bedrijven bijvoorbeeld helpen om aan de hand van de audituitkomsten door te vragen, zodat ook de problemen zichtbaar worden die niet uit een audit naar voren komen.'

Kun je als deelnemer van het convenant eigenlijk nog wel kritisch zijn?
'Wij hebben getwijfeld of we het convenant konden tekenen, of de afspraken voor ons ver genoeg gingen. De afspraken over transparantie, het klachtenmechanisme en het feit dat ook risico's dieper in de keten geadresseerd worden, waren voor ons heel belangrijk. Op basis daarvan hebben wij geconcludeerd dat het goed is om binnen het convenant mee te denken en de dialoog aan te gaan. Andere ngo's hebben een andere afweging gemaakt. Zij blijven aan de buitenkant schuren, vragen stellen en duwen. Dat is ook prima.

Transparantie is niet makkelijk, het is wel noodzakelijk om de verandering op gang te brengen.

Wij blijven gewoon doen waarvoor wij zijn opgericht. Wij brengen regelmatig kritische rapporten uit over een sector of bedrijven die actief zijn in Zuid-Azië. Dit doen we om een sector in beweging te krijgen, zodat die verantwoordelijkheid neemt en schendingen aanpakt. Ons doel is niet een bedrijf zwart te maken. Als wij kritiek hebben, hebben we daar gegronde redenen voor, anders verliezen wij zelf onze geloofwaardigheid. Voor bedrijven is het niet leuk om kritiek te krijgen, dat begrijp ik. Aan de andere kant: onze rapporten worden juist door die bedrijven minutieus gelezen. Het IMVO-beleid komt hoger op hun prioriteitenlijst.'

Zijn jullie door het convenant anders over bedrijven gaan denken?
'We hebben beter inzicht gekregen in waar bedrijven staan in hun due diligence. Er zijn grote verschillen in de mate waarin bedrijven IMVO integreren in hun beleid. Ik zie dat veel bedrijven binnen het convenant verder kijken dan het financiële aspect en de intentie hebben om hun bedrijf te verbeteren. Maar dat gaat niet van de ene op de andere dag. Er zijn nu eenmaal geen kant en klare oplossingen voor sociale kwesties als vrouwenrechten, gedwongen arbeid en kinderarbeid en ook niet voor kwesties rond dierenwelzijn en milieu. Als er in een fabriek misstanden zijn, is het in geen oplossing om direct te vertrekken. Het is belangrijker om het gesprek aan te gaan, zodat de situatie voor de werknemers in die fabriek, voor het milieu en het dierenwelzijn verbetert.'

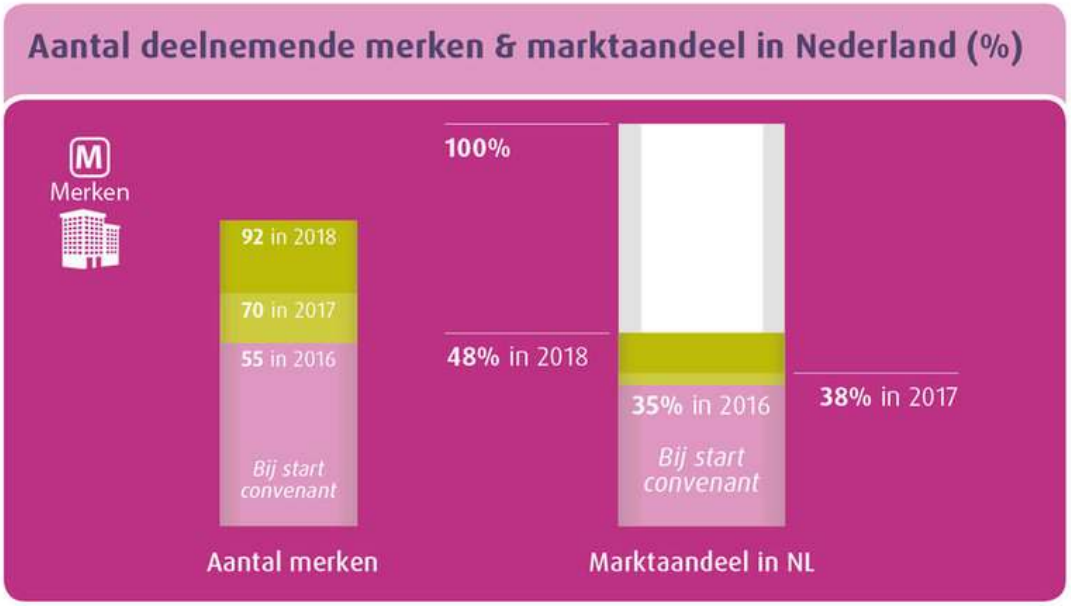
Welke rol vervullen ngo's binnen het convenant?
'Wij hebben geleerd dat we niet moeten afwachten tot bedrijven naar ons toekomen met een vraag of probleem. Wij moeten zelf actie ondernemen, met bedrijven in gesprek gaan, vertellen wat wij doen en welke meerwaarde wij kunnen hebben voor bedrijven. Als wij bijvoorbeeld vanuit onze lokale partnerorganisaties klachten krijgen over een productielocatie die op de lijst staat, zoeken we via het secretariaat contact met het bedrijf dat een relatie heeft met die productielocatie. Dan kijken we samen hoe het probleem kan worden aangepakt. De impact van een bedrijf is vaak maar beperkt, zeker als het een van de vele afnemers van die fabriek is, en misschien zelfs maar een kleine. Maar door een bedrijf in contact te brengen met onze lokale partnerorganisaties verandert er soms toch iets ten goede.' ►

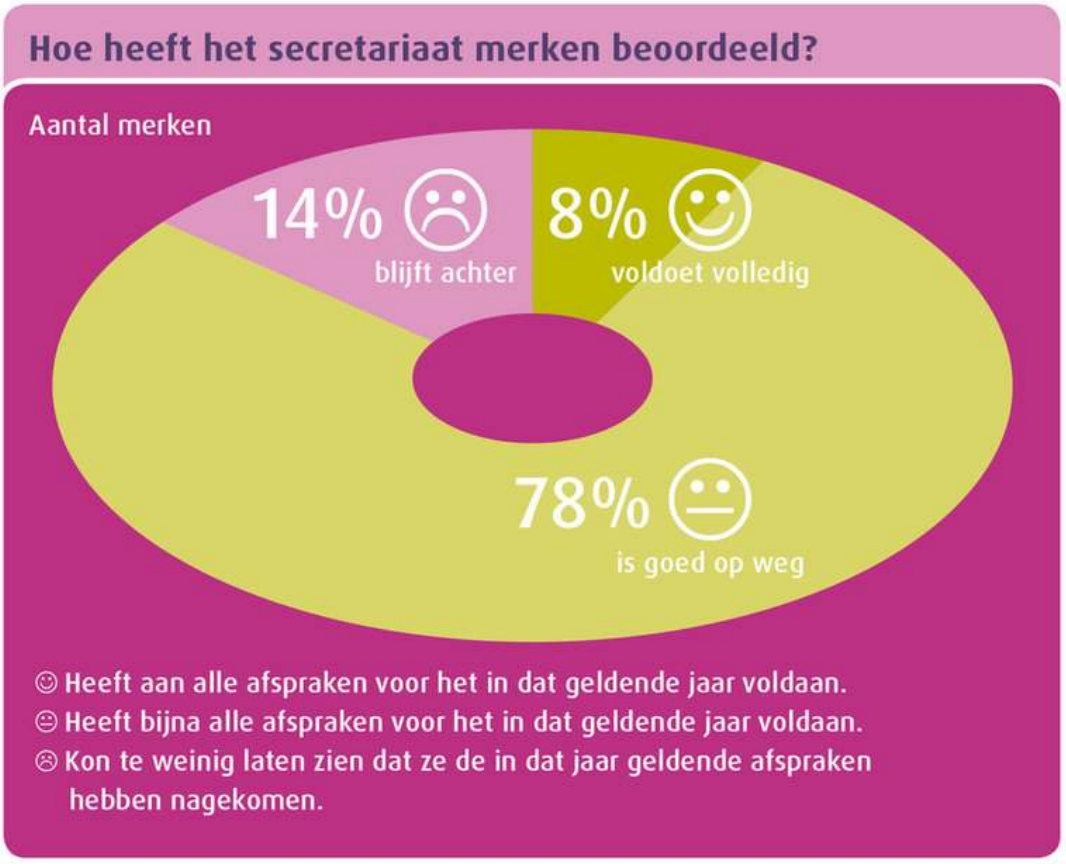
Waarom vinden jullie transparantie zo belangrijk?
'Transparantie is nodig om inzicht te krijgen in risico's en daadwerkelijke schendingen. Transparantie geeft vertrouwen: de problemen worden niet ontkend. Ik begrijp dat het voor bedrijven moeilijk is om zich kwetsbaar op te stellen. Ze zijn bang om te laten zien dat er in de keten fouten worden gemaakt, dat ze daarmee worstelen. Daarom heb ik veel respect voor een bedrijf dat open over zijn IMVO-dilemma's communiceert.

Bedrijven die transparant zijn, lopen het risico dat ze veel kritiek over zich heen krijgen. De aandacht richt zich immers altijd op degenen die spreken, niet op degenen die zwijgen. Bedrijven die deelnemen aan het convenant moeten dus best lef hebben. Transparantie is niet makkelijk, het is wel noodzakelijk om de verandering op gang te brengen. Niet alleen bij de bedrijven die meedoen aan het convenant, maar in de hele sector, in Nederland en wereldwijd.

Geen enkel bedrijf is perfect. Iedereen maakt fouten, wijzelf ook. Maar als je transparant bent over wat je doet, laat je anderen ernaar kijken. En wellicht kunnen anderen je helpen bij het vinden van een oplossing.' ■

Feiten en Cijfers 2018

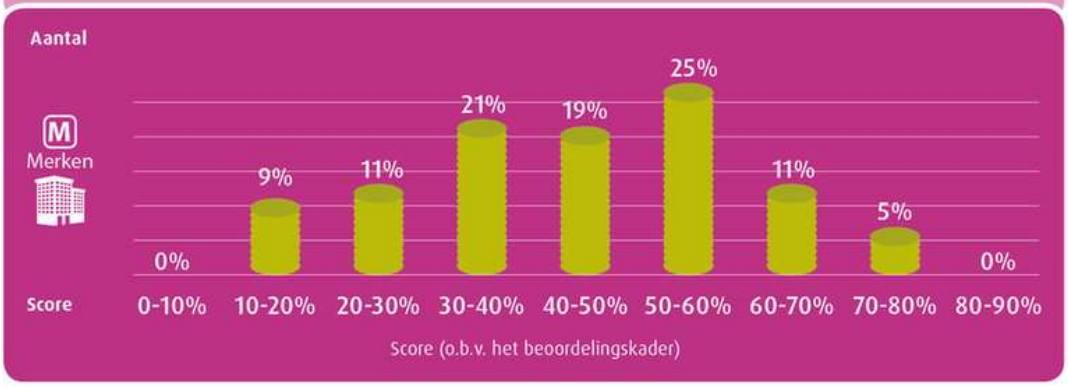




Bedrijven worden beoordeeld op basis van het *beoordelingskader*. Het secretariaat van het convenant beoordeelt bedrijven en helpt ze op weg om, samen met andere partijen, het aantal benodigde punten te behalen.

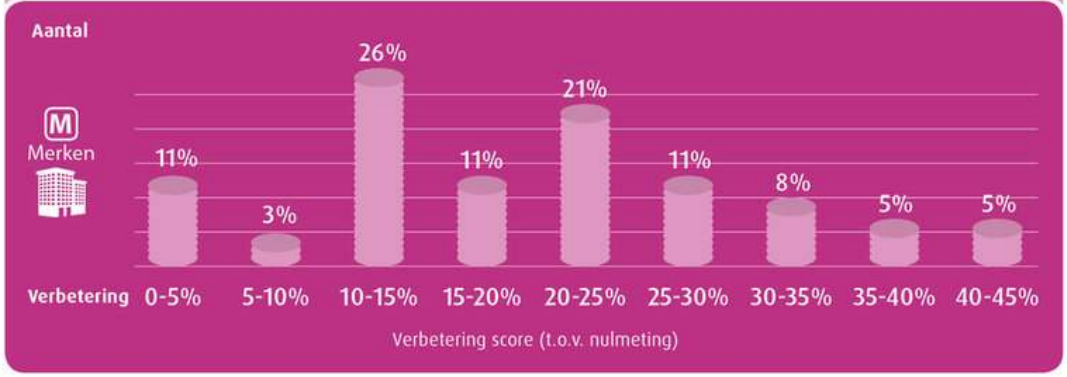
Hoe heeft het secretariaat merken beoordeeld?

Hoe scoren merken in 2018



Volgens afspraak in het *beoordelingskader* moeten bedrijven in het eerste jaar 20%-score behalen, in het tweede jaar een 40%-score, in het derde jaar een 60%-score.

Hoe verbeteren merken zich in 2018



Het overzicht hierboven laat zien hoeveel de bedrijven vooruit gegaan zijn in hun beoordeling in 2018 ten opzichte van hun eerste beoordeling in 2017. De score is berekend aan de hand van het beoordelingskader.

Lees hier een toelichting op wat er gebeurt met deze zaken.

Plannen van aanpak

In 2018 is er een beoordelingskader opgesteld om de plannen van aanpak van bedrijven op een consistente manier te beoordelen.

Bedrijven die het convenant ondertekenen, verplichten zich om binnen een jaar na ondertekening een plan van aanpak bij het convenantsecretariaat in te leveren en dat jaarlijks bij te stellen. In een plan van aanpak gaat een bedrijf in op de verschillende onderdelen van due diligence: het opstellen van IMVO-beleid, de analyse van de keten en gebruikte materialen, de risicoanalyse en prioritering van die risico's, de aanpak van de risico's en de monitoring en communicatie.

Door deze cyclus van due diligence continu te herhalen, krijgen bedrijven steeds meer informatie en ervaring, waardoor ze hun doelen verder kunnen aanscherpen en ook nieuwe doelen kunnen stellen.

Er zijn veel uitdagingen en risico's die bedrijven niet in hun eentje kunnen oplossen. Door samen te werken kunnen bedrijven hun invloed wel vergroten, bijvoorbeeld op het realiseren van een leefbaar loon. Daarom worden binnen het convenant collectieve projecten opgezet om gezamenlijk met deze onderwerpen aan de slag te gaan.

Beoordelingskader geeft inzicht in voortgang

In 2018 is er een beoordelingskader opgesteld om de plannen van aanpak van bedrijven op een consistente manier te beoordelen. Het secretariaat gebruikt het kader bij de beoordelingsgesprekken. Dit helpt bedrijven om hun plannen van aanpak aan te scherpen en te verbeteren. Op basis van de uitkomsten rapporteert het secretariaat over de voortgang die bedrijven maken in due diligence. Feiten en cijfers.

Jef Wintermans:
Tips voor verduurzaming inkooppraktijk

Het secretariaat van het Convenant voor Duurzame Kleding en Textiel (CKT) voert jaarlijks beoordelingsgesprekken met bedrijven over hun plannen van aanpak en de voortgang van due diligence. Jef Wintermans, coördinator van het secretariaat en lid van het beoordelingsteam, blikt terug op de afgelopen twee jaar.

Tevreden over de voortgang?

'Mijn antwoord is dubbel: constructief ontevreden. Er gebeurt veel, we maken voortgang, maar de uitvoering van het convenant blijkt complexer en uitdagender dan gedacht. We leren werkende-weg hoe het beter kan. We zitten nu aan het eind van de beoordeling van de tweede cyclus van due diligence. Bedrijven vullen jaarlijks een vragenlijst in, versterken hun risicoanalyse en maken een plan van aanpak. Aan de hand van het beoordelingskader dat we in 2018 hebben ontwikkeld, gaan we als secretariaat daarover met bedrijven in gesprek. De vragenlijst, gebaseerd op de richtlijnen van de OESO en de Guiding Principles on business and human rights van de Verenigde Naties, geeft inzicht in waar bedrijven staan en welke stappen ze moeten zetten in het proces van due diligence.'

Wat is er zo complex?

'Er is een enorme spreiding tussen bedrijven. Het effect daarvan is groter dan we hadden verwacht. Er zijn kleine en grote bedrijven, modebedrijven en bedrijven die bedrijfskleding maken. Bedrijven die al lang bezig zijn met internationaal maatschappelijk verantwoord ondernemen (IMVO) en bedrijven die nog maar net zijn begonnen. Succesvolle bedrijven en bedrijven die voor hun bestaan vechten. Sommige bedrijven kopen direct in bij producenten, andere kopen in via tussenhandelaren, agenten of importeurs of doen allebei. En dan heb je ook nog bedrijven die al sinds 2016 lid zijn van het convenant en bedrijven die net lid zijn geworden. Elk bedrijf is anders. Dat maakt het erg lastig om bedrijven op één manier te beoordelen en met elkaar te vergelijken.

> Transparantie betekent: open zijn over waar je produceert, open zijn over je risico's, dilemma's, dingen die fout gaan.

Het kwantificeren van de resultaten is daardoor ook veel lastiger dan we dachten. We moeten goed kijken welke cijfers werkelijk informatief zijn. Want met antwoorden als 'ja', 'gedeeltelijk', 'nee' of 'niet van toepassing' is niet alles gezegd. Cruciaal is: hoe houden we als beoordelaars één lijn aan en wat communiceren we precies? Wanneer vinden we dat een bedrijf goed bezig is, ook al blijft het qua prestaties achter, en wanneer adviseren we de stuurgroep om de prestatie van een bedrijf en onze beoordeling daarvan te laten toetsen door de klachten- en geschillencommissie?' Want het convenant is wel vrijwillig, maar niet vrijblijvend.'

Hoe verlopen de beoordelingsgesprekken?

'We horen en zien dat bedrijven baat hebben bij de beoordelingsgesprekken, omdat wij hen een spiegel voorhouden en ook meedenken over hoe zij een tandje bij kunnen zetten. Het convenant schept een veilig kader waarbinnen bedrijven hun activiteiten en ook hun worstelingen op tafel durven leggen.'

Wanneer vinden jullie dat een bedrijf onder-presteert?

'Een bedrijf presteert onder als het niet voldoet aan de eisen van het beoordelingskader. Na het beoordelingsgesprek krijgt een bedrijf overigens nog 2 maanden tijd om een inhaalslag te maken. Als het bedrijf dan niet voldoet, heeft het een probleem. Toch kunnen er goede redenen zijn waarom een bedrijf een deadline mist: bijvoorbeeld vanwege persoonlijke problemen of bedrijfsproblemen. Daarom proberen wij altijd helder te krijgen of er vanuit de top van het bedrijf daadwerkelijk commitment is. Als een bedrijf duidelijk commitment laat zien, geven we ruimte om te herstellen.'

Waarom is transparantie zo belangrijk?

'Transparantie betekent: open zijn over waar je produceert, open zijn over je risico's, dilemma's, dingen die fout gaan. Elk bedrijf loopt tegen dilemma's aan. Hoeveel invloed kun je als kleine afnemer hebben op de productie in een fabriek? Wanneer moet je weggaan, wanneer moet je blijven? Door due diligence toe te passen en een plan van aanpak te maken, nemen bedrijven hun verantwoordelijkheid. Ze doen iets om de misstanden aan te pakken.'

Welke resultaten zijn er de afgelopen jaren bereikt?

'Bedrijven hebben veel energie gestoken in het kennen van hun keten en het opstellen van de lijst met productielocaties. Ook hebben ze zich ingezet om de risico's in hun keten inzichtelijk te maken. Een heel aantal bedrijven heeft inmiddels intern structurele, organisatorische veranderingen doorgevoerd, waardoor zij beter in staat zijn vorm te geven aan hun ketenverantwoordelijkheid. Ze hebben bijvoorbeeld hun ict-systeem aangepast, zodat ze per order kunnen zien waar die geproduceerd wordt. Of ze hebben hun MVO-afdeling een sterkere positie gegeven, waardoor de MVO-manager vooraan in het inkoopproces zit en daarin een doorslaggevende stem heeft.

De volgende stap wordt spannend. In het derde jaar van deelname gaan bedrijven over hun plan van aanpak communiceren. Dat is een grote stap. Bedrijven die niets communiceren, vallen minder op dan bedrijven die hun nek uitsteken en hun problemen durven laten zien. Toch is dat de enige manier om tot verandering te komen.'

Kun je tevreden zijn over de voortgang als het einddoel nog ver weg is?

'Al gaat het proces moeilijker dan we dachten, we boeken wel degelijk resultaten en leren continu bij. Het doel voor 2018 was dat er 100 bedrijven zouden zijn aangesloten en dat 50 procent van de Nederlandse textielmarkt zou zijn gedekt. Dat is zo goed als gelukt.

In de twintig jaar hiervoor is er ook van alles geprobeerd: er zijn rapporten geschreven en gedragscodes opgesteld, maar dat heeft niets veranderd aan de misstanden in de sector. Het convenant stimuleert bedrijven om daadwerkelijk stappen te zetten op het gebied van due diligence. En het helpt ngo's en vakbonden om met bedrijven in contact te komen. Het is enorm belangrijk dat het convenant een veilige omgeving biedt waarin het vertrouwen tussen partijen kan groeien.
Door gezamenlijk projecten uit te voeren, groeit het bewustzijn rond internationaal verantwoord ondernemen (IMVO) binnen bedrijven en raken er steeds meer mensen bij betrokken. Ook designers, inkopers en merchandisers. Dat helpt om tot structurele veranderingen te komen.'
Lukt het ook met de internationale opschaling?

'Internationale opschaling en samenwerking zijn noodzakelijk om de transitie in de sector te bewerkstelligen. Daarom steken wij veel tijd in samenwerking met onze Duitse evenknie: de Textilbündnis, met de OESO en met andere nationale en internationale organisaties die aan de verbetering van de textielindustrie werken. Het convenant wil niet een zoveelste extra initiatief zijn, wi willen complementair zijn aan bestaande initiatieven en deze helpen versterken. Dat doen wij door samen op te trekken, door bedrijven naar andere initiatieven te verwijzen en door in trainingen bestaande instrumenten te promoten en te gebruiken. Wij willen een katalysator zijn.' ■

Zeeman, Erik-Jan Mares:

'Vertel ons wat er beter kan'

Ze waren er met z'n vieren: de algemeen directeur, de directeur inkoop en de twee medewerkers van de afdeling MVO & Kwaliteit van Zeeman. Zo hoort het ook als het convenantsecretariaat een beoordelingsgesprek komt voeren over het plan van aanpak. Het gaat álle betrokkenen aan.

'Het was geloof ik best pittig.' Algemeen directeur Erik-Jan Mares trad ruim een jaar geleden aan bij Zeeman. 'De mensen van het secretariaat hebben ons vanuit hun perspectief laten zien waar wij staan en wat er beter kan. Daarna hebben ze ons ook ondersteund om het plan te verbeteren. Sommige processen die voor ons vanzelfsprekend zijn, hadden we niet helder vastgelegd. Je moet heel duidelijk laten zien wat je doet en waarom.

Maatschappelijk verantwoord ondernemen zit in het hart van ons bedrijf. Wij hebben het zelf altijd over zuinig: we zijn zuinig op mensen, materialen, milieu en maatschappij. We doen al veel, maar er moet ook nog veel gebeuren. Het gaat stap voor stap.

Zo'n stap is bijvoorbeeld dat in 2020 25 procent van ons katoen duurzaam is. We zitten nu op 10,5 procent, eind 2019 willen we op 20 procent zitten. Al zouden we sneller willen, we moeten het langzaam opbouwen, zodat onze leveranciers die hoeveelheid ook kunnen leveren.

Een andere stap is dat we besloten hebben om in 2019 onze productielocaties bekend te maken. Dat lag gevoelig, maar inmiddels zijn wij ervan overtuigd dat dit een logische stap is als je transparant wilt zijn over de keten.

> Wij horen graag wat wij als bedrijf beter kunnen doen.

Verder zijn we transparant over onze dilemma's en vraagstukken. Die leggen we open op tafel bij klanten, stakeholders, het secretariaat en de andere deelnemers van het convenant. Voorbeelden? Duurzame materialen zijn soms duurder, toch willen wij de verkoopprijs van onze producten niet verhogen. Hoe kunnen we dat dilemma doorbreken? Hoe controleren we dat een bedrijf niet alleen bij audits goed scoort, maar ook echt aan verbetering werkt? En hoe gaan we om met leefbaar loon als dit per persoon, per regio en land verschilt?

Wij horen graag wat wij als bedrijf beter kunnen doen. Wij blijven ons plan van aanpak zeker aanscherpen. Ons doel is dat iedereen Zeeman straks niet alleen kent vanwege onze kwaliteit en prijs, maar ook omdat wij transparant en duurzaam zijn.' ■

Company Fits, Evert-Jan Poppe:

'Plan van aanpak houdt ons scherp'

Een jaarlijks plan van aanpak houdt bedrijven bij de les, merkt productiemanager Evert-Jan Poppe van Company Fits, leverancier van bedrijfskleding.

'De verplichting om als ondertekenaar van het convenant jaarlijks ons plan van aanpak te vernieuwen, zorgt ervoor dat we scherp blijven in onze due diligence. In 2019 gaan we bijvoorbeeld aan de slag in een nieuw productieland. Zonder plan van aanpak zouden we in dat land waarschijnlijk niet meteen een due-diligencetraject uitvoeren om inzicht in de keten te krijgen, nu is dat het eerste wat we doen.'
Company Fits laat bedrijfskleding maken in diverse productielanden. In het plan van aanpak, dat in 2017 voor het eerst werd opgesteld, staat hoe het bedrijf vorm wil geven aan de negen prioriteiten uit het convenant, variërend van het gebruik van duurzame(re) grondstoffen tot het stimuleren van vakbondsvrijheid. 'Op al onze doelen hebben we een tijdpad gezet met bijbehorende actiepunten, verantwoordelijken en deadlines.'

In 2018 heeft een hbo-student een afstudeeropdracht gemaakt rond het gebruik van duurzamere grondstoffen. 'Dat onderzoek gebruiken wij om onze footprint te verkleinen.'

> Wij horen graag wat wij als bedrijf beter kunnen doen.

Company Fits is tevreden over de rol van het convenantsecretariaat. 'De mensen van het secretariaat kijken kritisch naar ons plan van aanpak, geven handvatten voor verbetering en bevragen ons op wat wel en niet is gelukt. Ook dat houdt ons scherp.'

Het secretariaat vervult volgens Poppe bovendien een belangrijke brugfunctie tussen de bedrijven en de partijen die het convenant hebben ondertekend. 'Wij hebben kennis gemaakt met ngo's die het convenant steunen en goed weten wat er in productielanden speelt. Daardoor zijn wij nu in gesprek met Unicef om te kijken of we samen een project kunnen doen.' ■

WE Fashion, Marijke Willemsen:

'Duurzaamheidscheck in een vroeg stadium'

Een goede screening voor je met een nieuwe fabriek zaken gaat doen, is een stuk efficiënter dan pas later op zoek gaan naar auditrapporten. Bij WE Fashion werken ze volgens duurzaamheidsmanager Marijke Willemsen al jaren zo.

WE Fashion doet pas zaken met een nieuwe fabriek als duurzaamheidsmanager Marijke Willemsen daaraan haar zegen heeft gegeven. Dat werkt al een jaar of zes zo, vertelt ze. 'Het gebeurt tien tot twintig keer per jaar dat de inkoopafdeling een order wil uitzetten bij een nieuwe fabriek. De inkopers vragen bij de beoogde leverancier dan eerst recente rapporten op van erkende auditsystemen en leggen die voor aan onze duurzaamheidsafdeling.'

'Als de informatie onvoldoende is of als blijkt dat er sprake is van kinderarbeid of dwangarbeid, gaan we niet met die fabriek in zee. We zien geregeld dat de informatie onvoldoende is. Kinderarbeid zien we nooit. Dwangarbeid komt soms voor, bijvoorbeeld als het paspoort van werknemers wordt ingenomen of als het eerste maandsalaris als borg wordt ingehouden.'

> We plaatsen alleen orders bij fabrieken die we goedgekeurd hebben.

Door vroeg in de eigen inkoopstructuur heldere voorwaarden in te bouwen én door lokale inspecties uit te voeren naar bijvoorbeeld onderaannemers, heeft WE Fashion veel meer inzicht gekregen in de productieketen. Willemsen: 'We plaatsen alleen orders bij fabrieken die we goedgekeurd hebben, zodat we meer zekerheid hebben waar en onder welke omstandigheden de productie plaatsvindt. Het werk van onze afdeling vertraagt dat van de inkopers, maar daar hebben ze de afgelopen jaren wel begrip voor gekregen. Ook zij willen geen zakendoen met een fabriek die geen goede rapporten kan laten zien.' ■

G-Star RAW, Sofie Schop:

'Invloed krijg je door samenwerking'

Kun je als relatief kleine speler in de wereldwijde textielmarkt wel invloed hebben? Sustainability manager Sofie Schop van G-Star RAW is heel positief. 'Jazeker, als je samenwerkt en durft te delen.'

Er is bijna geen onderwerp waar je als denimmerk géén invloed op kunt uitoefenen bij je leverancier, is de overtuiging van Sofie Schop, sustainability manager van G-Star RAW. Maar er zijn een paar voorwaarden.

'De eerste is dat je samenwerking zoekt. Bijvoorbeeld binnen nationale en internationale convenanten of met andere modebedrijven die afnemer zijn bij dezelfde leverancier. Het is heel goed dat de industrie werkt aan één meetmethode, in plaats van de vele verschillende audits die er zijn om de duurzaamheidsstatus en voortgang van fabrieken te checken. Ook is er samenwerking nodig om het voor elkaar te krijgen dat werknemers een leefbaar loon verdienen.'

Goede en langdurige relaties zijn volgens haar de tweede voorwaarde. 'Wij streven er als bedrijf bewust naar om zaken te doen met minder leveranciers. Met die leveranciers bouwen we een lange-termijnrelatie op zodat we steeds meer als partners met elkaar omgaan. Je moet niet alles in één keer willen veranderen, het is een pad van constante verbeteringen. Maar als een bedrijf zich na lang praten niet aan afspraken houdt of niet wil veranderen, kiezen wij er uiteindelijk wel voor om de samenwerking te beëindigen.'

> Alleen door te delen, kom je samen verder. En daarvoor hoef je als bedrijf dus echt niet groot te zijn.

Wat voor G-Star ook belangrijk is: durf te delen. 'Wij hebben vorig jaar onze meest duurzame spijkerbroeken ooit ontwikkeld. Voor de stof hebben we het Cradle to Cradle™ Gold-certificaat ontvangen. Deze gecertificeerde denim, gemaakt van biologisch katoen, bevat 70 procent minder chemicaliën. Tijdens het productieproces wordt 98 procent van het water gerecycled, de overige 2 procent verdampt. De kennis over het ontwikkelen van deze denim hebben we beschikbaar gemaakt voor anderen. Alleen door te delen, kom je samen verder. En daarvoor hoef je als bedrijf dus echt niet groot te zijn.' ■

Internationale uitbreiding en opschaling

De echte verandering wordt pas bereikt als het convenant internationaal navolging krijgt en bedrijven wereldwijd hun verantwoordelijkheid nemen voor mensenrechten, dierenwelzijn en milieu.

De Nederlandse kleding- en textielmarkt vormt slechts 1 procent van de wereldmarkt. De echte verandering wordt pas bereikt als het convenant internationaal navolging krijgt en bedrijven wereldwijd hun verantwoordelijkheid nemen voor mensenrechten, dierenwelzijn en milieu.

De deelnemers van het Nederlandse convenant spannen zich daarom in om het kleding- en textielconvenant binnen de Europese Unie op de kaart te zetten. Voor grote, internationaal opererende kledingmerken is het van cruciaal belang dat er op Europees niveau een eenduidige aanpak komt, zodat zij zich niet in elk land apart hoeven aan te sluiten.

Samenwerking met Duits initiatief

Het Nederlandse convenant heeft een Duitse medestander gevonden. In januari 2018 werd de samenwerkingsovereenkomst met de Duitse Bündnis für nachhaltige Textilien ondertekend. Beide initiatieven willen bedrijven ondersteunen bij het uitvoeren van due diligence en het opzetten van gezamenlijke projecten én gezamenlijk meer invloed uitoefenen. Bedrijven die zijn aangesloten bij het Nederlandse convenant kunnen zich onder eenvoudige voorwaarden aansluiten bij de Duitse Bündnis; andersom geldt dat ook.

Gezamenlijk invloed uitoefenen

Waar mogelijk oefent het convenant zijn invloed uit om de sector te veranderen. Een voorbeeld is de in november verzonden brief aan de premier van Bangladesh. Daarin dringen de convenantspartijen er samen met een groot aantal multi-stakeholder initiatieven op aan het Bangladesh Akkoord niet te beëindigen voordat de overheid voldoende capaciteit heeft om de inspectie van fabrieken en andere bedrijven zelf uit te voeren. Dit om de vooruitgang van de veiligheid in de Bengaalse kledingindustrie niet in gevaar te brengen. In juli stuurde het convenant ook al een brief naar Bangladesh om een verhoging van het minimumloon voor kledingarbeiders aan te moedigen.

Draagvlak in Nederland

In 2018 organiseerde het convenant een aantal werkbezoeken voor Tweede Kamerleden en de minister voor Buitenlandse Handel en Ontwikkelingssamenwerking. De Tweede Kamerleden brachten onder andere een bezoek aan de HEMA om zich te laten informeren over convenanten op het gebied van internationaal maatschappelijk verantwoord ondernemen (IMVO). Hierbij waren ook Kings of Indigo en WE Fashion aanwezig. Minister Sigrid Kaag ging op bezoek bij Zeeman om te zien hoe deze deelnemer van het convenant aan duurzaamheid werkt.

Duitsland en Nederland op missie in Europa

'Europese aanpak nodig'

Uitbreiden naar andere lidstaten en tegelijkertijd opschalen naar Europees niveau. Dat is wat het Nederlandse textielconvenant en de Duitse Textilbündnis samen nastreven. In juni organiseerden zij in Brussel een bijeenkomst om hun aanpak te promoten. De start van een Europese Roadshow.

De Nederlandse en Duitse initiatieven voor een duurzame kleding- en textielsector trekken nauw samen op. Volgens Jos Huber, beleidsadviseur van het ministerie van *Buitenlandse Zaken*, willen zij het onderwerp internationaal maatschappelijk verantwoord ondernemen (IMVO) hoog op de Europese agenda zetten.

'Wij zijn in juni samen met de Duitse Bündnis een roadshow gestart om andere lidstaten te enthousiasmeren om soortgelijke multistakeholder-initiatieven te starten. In Spanje zijn ze er inmiddels mee bezig; dat is een belangrijke stap. De volgende stap is dat wij ook graag de Oost-Europese lidstaten willen bereiken. We hebben het vaak over Azië, maar de kledingindustrie in Europa hoort natuurlijk ook aan de standaarden van duurzaamheid te voldoen. Op dat punt is er nog wel wat werk te doen.'

Als het lukt om andere lidstaten te enthousiasmeren voor nationale initiatieven, wordt het voor de Europese Commissie makkelijker om tot een Europese aanpak te komen. Huber: 'Dat is precies onze strategie. Er zijn nationale initiatieven nodig om de hele kleding- en textielsector aan te spreken. Dus ook de mkb-bedrijven. Tegelijkertijd hebben we een Europese aanpak nodig om de internationale winkelketens en modemerken mee te nemen. Die twee bewegingen zijn gelijktijdig nodig om tot een intern gecoördineerde aanpak door de Europese Commissie te komen.'

De rol van Europa was ook aan de orde bij een conferentie die het ministerie van Buitenlandse Zaken in oktober in Brussel organiseerde, in samenwerking met de SER en het Europees Economisch en Sociaal Comité (EESC). De conferentie ging over de rol van initiatieven voor duurzame internationale waardenketens in relatie tot de duurzame ontwikkelingsdoelen (SDGs). Daarbij ging het ook over duurzaamheid binnen de kleding- en textielindustrie en de rol die Europa kan vervullen. ■

Femke den Hartog, beleidsadviseur INretail:

'Multinationals wachten op een Europees initiatief'

Ze is voorzitter van de werkgroep die zich inzet voor meer aansluitingen, meer ondertekenaars en meer draagvlak voor het convenant. Femke den Hartog, beleidsadviseur INretail, is daarover ook vaak in gesprek met multinationals.

Het afgelopen jaar hebben zich heel wat Nederlandse merken en retailers bij het convenant aangesloten. Helaas zijn de grote multinationals, zoals H&M, Inditex en Primark, nog ondervertegenwoordigd.

Niet omdat zij het convenant afwijzen, integendeel, zij onderstrepen het belang ervan. Ze doen graag mee met projecten die vanuit het convenant worden ondernomen, zoals leefbaar loon, en zijn ook zeer bereidwillig om hun expertise te delen. Toch zijn ze terughoudend met het ondertekenen van allerlei nationale initiatieven, dus ook het Nederlandse. De reden is dat ze tegen praktische beperkingen aanlopen bij het voldoen aan de verschillende eisen van die iniatieven.

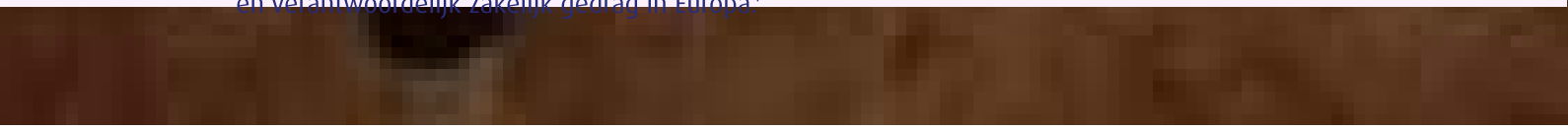
Dat is heel jammer, tegelijkertijd zeg ik altijd: het convenant is een middel, geen doel. Het gaat erom dat de problemen in de sector wereldwijd worden aangepakt. Dat begint bij nationale initiatieven, maar een initiatief op Europees niveau is onmisbaar. Daar dringen wij bij de Europese Commissie dan ook op aan; juist met het oog op de multinationals die graag een Europees initiatief willen. Daarnaast kijken we met welke internationale initiatieven we als convenant goed kunnen samenwerken, zoals de Duitse Bündnis en de Sustainable Apparel Coalition (SAC).

De sector staat voor een enorme transitie. Kleding en textiel moeten niet alleen duurzaam, maar ook circulair worden. Voor de hele sector is een gelijk speelveld van groot belang. De transitie kan niet beperkt blijven tot bedrijven die vrijwillig meedoen. Alle bedrijven in de sector moeten uiteindelijk bijdragen. Dit zal de komende jaren steeds belangrijker worden.'

Quote Juergen Janssen, coördinator Bündnis für nachhaltige Textilien:

Samenwerking en afstemming

‘Als nationaal initiatief streven we al vanaf het begin naar samenwerking en afstemming met andere initiatieven, om impact te bereiken, dubbel werk te vermijden én om aantrekkelijk te zijn voor leden. Onze samenwerking met het Nederlandse Convenant voor Duurzame Kleding en Textiel is in 2018 enorm gegroeid. We wisselden hulpmiddelen uit, organiseerden gezamenlijke workshops en evenementen en kwamen over tal van onderwerpen tot een gezamenlijke opstelling. Ook verwelkomden we de eerste bedrijven met een gecombineerd lidmaatschap. We streven ernaar dit te versterken, zodat onze samenwerking een hoeksteen wordt voor duurzaam en verantwoordelijk zakelijk gedrag in Europa.'



Samenwerking

Samenwerking is noodzakelijk om wereldwijd aandacht te krijgen voor mensenrechten, arbeidsomstandigheden, dierenwelzijn en milieu.

Het convenant heeft vanaf het begin ingezet op gezamenlijke initiatieven, collectieve projecten en het delen van kennis en ervaring. Samenwerking is noodzakelijk om wereldwijd aandacht te krijgen voor mensenrechten, arbeidsomstandigheden, dierenwelzijn en milieu. Daar dragen ook de steunbetuigers aan bij.

Steun van financiële sector

Een grote groep investeringsmaatschappijen ondertekende in juli 2018 een statement om steun te betuigen aan het convenant, de Duitse Textilbündnis en de Sustainable Apparel Coalition (SAC). In het statement benadrukken zij het belang van de naleving van de OESO-richtlijnen en het gelijktrekken van nationale initiatieven, met als doel een gelijk speelveld te creëren voor bedrijven die aan duurzaamheid werken.

Signaleren via productielocatielijst

Een belangrijk gezamenlijk instrument om risico's aan te pakken, is de lijst met productielocaties. Deze lijst bevat inmiddels 4268 locaties. Als vakbonden, maatschappelijke organisaties (ngo's) of andere partijen signaleren dat er op een bepaalde productielocatie problemen zijn, kunnen zij de betrokken bedrijven via het secretariaat op de hoogte stellen van die problemen. Dat is in 2018 een aantal keer gebeurd. Bekijk hier een overzicht van deze zaken in 2018. Daarnaast komt het voor dat bedrijven hulp inroepen van stakeholders als zij problemen signaleren. Ook neemt het secretariaat naar aanleiding van berichten in de media geregeld contact op met ondertekenaars.

Overzicht workshops, trainingen en outreach activiteiten 2018

	Merken	Partijen Steunbetuigers	Totaal
Outreach	30	186	216
• Dutch Parliament at HEMA	7	28	35
• German-Dutch Cooperation	15	77	92
• Promoting Due Diligence in EU	8	81	89
Webinar	137	13	150
• Assessment framework	53	-	53
• Child labour risks	12	6	18
• Insight in production locations, materials & due diligence	44	4	48
• Sustainable cotton	28	3	31
Workshop	362	250	612
• Addressing animal welfare	12	3	15
• AGT participant day: living wage/wet processing/supply chain mapping	61	33	94
• Due diligence & top management	19	10	29
• Due diligence exchange pilot for small and medium enterprises	3	2	5
• Due diligence into practice	48	51	99
• Improving Purchasing Practices	48	14	62
• Introduction to Due Diligence	14	4	18
• Labour rights in Myanmar	17	28	45
• Labour rights in the South Indian garment and textile industry	14	18	32
• Living wage	14	9	23
• Round Table Bangaladesh	5	9	14
• Sustainable Materials Workshop	34	27	61
• Sustainable Sourcing Seminar	23	22	45
• Training insight in supply chain	46	15	61
• Workshop Prioritizing Risks	4	5	9
Eindtotaal	529	449	978

Leefbaar loon en sociale dialoog

Samenwerking vraagt om collectieve projecten waarin deelnemers kennis en ervaring delen, bijvoorbeeld rond de centrale thema's leefbaar loon en sociale dialoog. Vooruitgang op deze thema's heeft een positief effect op alle andere thema's die in de keten spelen. In 2018 is er een collectief project gestart rond leefbaar loon, sociale dialoog en duurzame inkooppraktijken. Lees hier meer over dat project. Waar mogelijk wordt internationale samenwerking gezocht. Zijn er trainingen voorbereid, die bedrijven in 2019 verplicht zijn te volgen. Bij de voorbereiding zijn de overheid, ngo's, vakbonden, steunbetuigers en internationale organisaties betrokken.

Kinderarbeid

Het collectieve project 'Combatting child labour in garment supply chains', gesteund door het Fonds Bestrijding Kinderarbeid, heeft als doel kinderarbeid tegen te gaan. Lees hier meer over dat project. In dit kader hebben een aantal bedrijven en maatschappelijke organisaties in september 2018 een oriëntatieweek gehad in Zuid-India en Centraal-Bangladesh om gezamenlijk te bekijken hoe we de situatie kunnen verbeteren op de werkvloer in fabrieken en spinnerijen. Het project werkt samen met lokale ngo's. Zij organiseren onder meer trainingsprogramma's in spinnerijen en fabrieken.

Andere activiteiten

Vrijheid van vereniging en gezamenlijk onderhandelen zijn fundamentele mensenrechten. Toch zijn deze rechten in veel landen geen gemeengoed. Daarom hebben de vakbonden een vragenlijst opgesteld die bedrijven kunnen gebruiken om met de leiding van een fabriek in gesprek te gaan over deze onderwerpen. Op het gebied van dierenwelzijn is een rapport verschenen. Ook zijn er trainingen en bijeenkomsten georganiseerd over diverse thema's binnen het convenant.

Vier Voeters:
'Aandacht voor dierenwelzijn neemt toe'

Steeds meer bedrijven die textiel van dierlijke oorsprong gebruiken, willen het dierenwelzijn tijdens de productie verbeteren. Vier Voeters helpt hen daarbij.

Rekening houden met dierenwelzijn is een relatief nieuw onderwerp voor kleding- en textielbedrijven.
'De laatste jaren is steeds duidelijker geworden dat ook dieren vaak onnodig lijden voor de productie van mode', zegt Lonneke Bakker van dierenwelzijnsorganisatie Vier Voeters. 'Een aantal schandalen is wereldwijd nieuws geweest, zoals de levend geplukte angorakonijntjes in China. Daardoor stellen consumenten steeds vaker kritische vragen aan kledingbedrijven.'

In 2018 bracht het convenant een rapport uit over de *big five*: leer, wol, bont, dons en zijde. Het rapport geeft een overzicht waar en hoe deze materialen worden geproduceerd en wat de risico's zijn. Bakker: 'Wij helpen bedrijven een visie te ontwikkelen op het gebruik van deze materialen: wat vind je wel of niet acceptabel? Vervolgens kan het bedrijf daar beleid op maken, bijvoorbeeld door niet-dierlijke of gecertificeerde alternatieven te gebruiken.'

Dierenwelzijn speelt zich vaak zo diep in de keten af dat er volgens Bakker moeilijk grip op is te krijgen. 'Voor sommige producten bestaan certificaten of keurmerken. Daarmee kun je bepaalde grote risico's uitsluiten, maar voor leer bijvoorbeeld nog niet. Bovendien zijn productieketens vaak zeer complex. Het begint allemaal met bewustwording en ontsluiting van kennis. Het convenant maakt deze kennis beschikbaar. Als bedrijven goed geïnformeerd zijn, kunnen ze bewuste keuzes maken en die aan hun klanten uitleggen.' ■

Vakbonden maken vragenlijst voor inkopers

'Doorvragen geeft een beter beeld'

Hoe kom je erachter hoe het écht zit met de vakbondsvrijheid en arbeidsvoorwaarden bij de leverancier waarmee je samenwerkt? CNV en FNV ontwikkelden voor bedrijven een vragenlijst om stevig door te vragen.

Is er vakbondsvrijheid in uw bedrijf?
'Die vraag kan een leverancier met 'ja' beantwoorden. Maar hoe kom je erachter of dat werkelijk zo is en hoe die vakbondsvrijheid wordt ingevuld? Vakbonden CNV en FNV merkten dat veel modebedrijven met die vraag worstelen. Ze maakten daarom een vragenlijst die inkopers kunnen gebruiken bij hun gesprekken met leveranciers.

'Met deze tool willen we modemerken helpen om dieper in te gaan op vakbondsvrijheid en de sociale dialoog binnen een bedrijf', zegt Hanneke Smits, regiocoördinator Azië van CNV Internationaal. 'Over de vrijheid van vakvereniging stellen we bijvoorbeeld negen aanvullende vragen, zoals: brengt uw bedrijf werknemers op de hoogte van hun rechten over de vrijheid van vakvereniging?'

In totaal telt de lijst zo'n veertig vragen over het beleid van de fabriek, de cao's en de manier waarop de sociale dialoog is georganiseerd. Smits: 'Het blijft complex om te achterhalen hoe sociale dialoog en vakbondsvrijheid in de praktijk functioneren, maar we hopen dat bedrijven hierdoor toch een beter beeld van de werkelijke situatie in de fabriek krijgen.'

De vragenlijst staat sinds medio 2018 op de website van het convenant. Smits heeft al van diverse bedrijven positieve reacties gekregen. 'We gebruiken de feedback van bedrijven om de vragen verder te verbeteren.'

> 'We have more influence on the working conditions and labor rights here in Cambodia, because of the agreements made in the Netherlands with Dutch garment brands. Through our partner organization CNV Internationaal, we can give a signal to Dutch brands if they buy products from a factory that is not complying with the labor law or that work with infeasible piece rates.'Ath Thorn, president of garment federation C.CAWDU from Cambodia

Middagje speeddaten met convenantdeelnemers

Kleding- en textielbedrijven weten steeds beter de weg te vinden naar ngo's, vakbonden en overheid om samen in actie te komen voor een eerlijker textielketen. Mede dankzij de speeddate-bijeenkomst die brancheorganisatie Modint in november 2018 organiseerde.

'Het was een kippenhok, de speeddates tussen vertegenwoordigers van textielbedrijven, ngo's, vakbonden en overheid. Mensen kwamen tijd te kort en maakten enthousiast vervolgafspraken.' Nienke Steen, MVO-manager bij Modint, kijkt tevreden terug op de speeddate-bijeenkomst van november. Naast zo'n dertig bedrijven uit de achterban van Modint waren ook vertegenwoordigers van de overheid, de vakbonden FNV en CNV, en ngo's als Unicef, Solidaridad, Vier Voeters en Arisa aanwezig.
'Het convenant wil bedrijven koppelen aan organisaties die kennis hebben op het gebied van bijvoorbeeld arbeidsomstandigheden, vrijheid van vakvereniging en milieu. Vanouds zit er een spanning in die relatie, want ngo's en vakbonden vinden dat het bedrijfsleven een grotere rol moet spelen in het verbeteren van omstandigheden in bepaalde regio's. In het convenant is de afspraak gemaakt om elkaar opbouwend te helpen en in een veilige sfeer samen op te trekken. Die positieve opstelling zag je duidelijk terug tijdens de speeddates.'

De vakbonden en ngo's lieten in korte pitches zien wat zij met hun kennis en contacten voor bedrijven kunnen betekenen. Daarna werden de gesprekken in kleinere setting voortgezet. 'Voor deelnemers was dit een laagdrempelige en plezierige manier om elkaar te vinden. De bedoeling is dat er collectieve projecten worden opgezet waarin bedrijven, vakbonden, ngo's en overheid samenwerken. Deze bijeenkomst is een stimulans geweest om zulke projecten op te pakken.' Tijdens de bijeenkomst werd ook de Due Diligence-tool gepresenteerd. De tool laat zien welke ngo's en vakbonden zich in welke regio bezighouden met welk onderwerp.

Frans Bruin, directeur Yongo Europe:
'Kiezen tussen weggaan of blijven'

In ons due diligence-proces ontdekten wij dat onze fabrikant in Indonesië de werknemers onder het minimumloon betaalt. Het probleem is dat hij 10 procent voor de export produceert en 90 procent voor de binnenlandse markt. Als hij al zijn medewerkers het minimumloon gaat betalen, is hij niet meer concurrerend op de binnenlandse markt en moet hij de fabriek sluiten. Dan staan zo'n vijftig medewerkers op straat.

Dat stelde ons voor een dilemma: weggaan of blijven? Wij zijn dit met anderen gaan bespreken: het convenantsecretariaat, het Business Social Compliance Initiative (BSCI) en Solidaridad. Uiteindelijk kwamen we uit bij het CNV. Het CVN heeft relaties met lokale vakbonden en gaat samen met hen in gesprek met de fabrikant over de opties om het probleem op te lossen. Ik hoop dat we hier goed uitkomen.

Wij hebben er veel aan gehad om de samenwerking met andere partijen te zoeken. Ik hoop dat bedrijven die tegen soortgelijke problemen aanlopen, hetzelfde doen: het probleem aangaan en samenwerken. Dit is waarvoor we het convenant hebben ondertekend.'

Interview, Diewertje Heijl:

'Bedrijven verbreden blik tijdens werkbezoek Zuid-India en Bangladesh'

Voor het project bestrijding kinderarbeid in productieketens is in India en Bangladesh een werkbezoek afgelegd door de deelnemende partijen. Voor Bangladesh zijn Hunkemoller en CoolInvestments samen met UNICEF, FLA en Hivos. En in India hebben O'Neill Europe, Prenatal, WE Fashion en Miss Etam samen met Arisa, FLA en Hivos een bezoek gebracht.

Wij wilden de vertegenwoordigers van de deelnemende bedrijven een bredere kijk op de textielsector geven', zegt Diewertje Heyl van Arisa. 'Ze hebben niet alleen met hun eigen leveranciers gesproken, maar ook met vertegenwoordigers van de overheid en met mensen van SAVE. Dat is een maatschappelijke organisatie waarmee wij al twintig jaar samenwerken in Zuid-India. Een breder beeld maakt de werkelijkheid vaak ook complexer. Hoe krijg je zicht op de toeleveranciers van jouw leverancier? En op de risico's van kinderarbeid en gedwongen arbeid in de keten? Hoe ga je in gesprek met leveranciers over kinderarbeid? Dat zijn ingewikkelde vragen.'

Het bezoek was het startsein voor de lokale activiteiten van het project: SAVE gaat trainingen geven aan de leveranciers van de vier bedrijven, zowel op managementniveau als op werknemersniveau. De trainingen gaan over het voorkomen van kinderarbeid en gedwongen arbeid, arbeidsomstandigheden, seksuele intimidatie en gezondheid en veiligheid.

Heyl: 'De ene leverancier staat daar meer voor open dan de andere. Per leverancier bekijken we wat we kunnen bereiken.' De delegatie had tijdens het werkbezoek ook een ontmoeting met een producent die de trainingen van SAVE al had gevolgd. 'Hij vertelde dat er samen met SAVE al veel is bereikt in deze regio, maar dat er ook nog veel moet gebeuren, met name om de positie van kwetsbare jonge meisjes te verbeteren.'

Gelijktijdig is in Bangladesh CCR CSR, UNICEF's lokale partner, gestart met de implementatie van het UNICEF's Better Bussiness for Children programma. Een 6-staps programma specifiek ontworpen om op duurzame wijze positieve impact van bedrijven op het leven van kinderen te vergroten en de negatieve te ondervangen, waarbij management en medewerkers uit alle lagen van de organisatie actief betrokken worden. Dit programma is gericht op het bouwen van kennis en capaciteit, en het demonstreren van resultaten om vervolgens deze aanpak op te schalen in globale waardeketens.

Vooruitblik

Van bedrijven die vanaf het begin bij het convenant zijn aangesloten, wordt verwacht dat zij in 2019 individueel openbaar maken wat de grootste risico's zijn in hun keten en hoe zij met die risico's omgaan

De problemen in de textielketen zijn groot, complex en hardnekkig. Het Nederlandse Convenant voor Duurzame Kleding en Textiel heeft een beperkte impact op de wereldwijde markt. Toch laat het convenant zien dat bedrijven structurele veranderingen kunnen bereiken als ze duurzame keuzes maken. Door werk te maken van due diligence ontdekken ze waar de risico's in hun toeleveringsketen zitten en kunnen ze de problemen in fabrieken aanpakken. Bijvoorbeeld door hun inkooppraktijk aan te passen en door actief met leveranciers in gesprek te gaan over verbeteringen.

Communicatie over risico's en aanpak

In 2019 zetten de convenantspartijen samen de volgende stap, voortbouwend op de kennis die in de afgelopen jaren is opgedaan. Van bedrijven die vanaf het begin bij het convenant zijn aangesloten, wordt verwacht dat zij in 2019 individueel openbaar maken wat de grootste risico's zijn in hun keten en hoe zij met die risico's omgaan. Daarmee geven zij ook hun dilemma's en worstelingen weer. De reden om deze stap te zetten, is de overtuiging dat transparantie helpt om veranderingen op gang te brengen en het bewustzijn in de hele sector en bij consumenten te vergroten.
In 2019 staan er ook weer diverse trainingen op de agenda, zoals over leefbaar loon, gender en inkooppraktijken.

Tussentijdse evaluatie

In 2019 wordt in een tussentijdse evaluatie gekeken hoe het convenant tot nu toe functioneert. Een onafhankelijke, externe evaluator rapporteert in hoeverre het convenant op weg is om de doelstellingen in het convenant te behalen. De evaluator is gevraagd om met aanbevelingen te komen hoe de samenwerking en de aanpak van het convenant de komende 2,5 jaar kunnen worden versterkt om de gemeenschappelijke doelen te behalen.

Ook is de OESO bezig te bekijken in hoeverre het Nederlandse convenant, de Duitse Textilbündiss en de Sustainable Apparel Coalition (SAC) bijdragen aan de OESO-richtlijnen.

Beide rapportages worden in de loop van 2019 verwacht. De aanbevelingen kunnen we goed gebruiken om het convenant verder te verbeteren.

Colofon

Dit is een jaarrapportage van 2018 van het Convenant Duurzame Kleding en Textiel, gepubliceerd op 15 april 2019.
Het convenant is een brede coalitie van bedrijven, brancheorganisaties, maatschappelijke organisaties, vakbonden en overheid. Samen zijn zij aan de slag om de keten te verduurzamen en misstanden zoals uitbuiting, dierenleed of milieuschade te voorkomen.

Samenstelling en eindredactie
Sandra Claassen (Arisa), Jeroen van Dijken (VGT), Kim Moolenaar (ministerie van Buitenlandse Zaken), Jacob Plat (FNV), Marieke Ruijgrok (SER) en Jef Wintermans (SER).

Tekst
Corien Lambregtse

Beeld
Arisa, Lonneke Bakker, Company Fits, Wilmar Dik, G-star, Dirk Hol, Modint, SER, Shutterstock, Eline Wijnen en Zeeman.

Opmaak
Riccardo van der Does, Robby Gajadien (SER)

Basislayout
H5Mag

Sociaal-Economische Raad
Bezuidenhoutseweg 60
Postbus 90405
2509 LK Den Haag
070 3499 499

www.imvoconvenanten.nl