

Neen, een T-shirt verkopen voor 2 euro is niet ethisch



De Morgen - 10 Mar. 2018
Pagina 22

Sara Ceustermans is coördinator van de Schone Kleren Campagne.

Primark opent eind april een flagshipstore in Antwerpen, en dat zullen we geweten hebben. In verschillende kranten mag Paul Lister, de verantwoordelijke ethisch ondernemen van het bedrijf, zich uitgebreid verdedigen tegen hun slechte ethische imago. Hun voornaamste argumenten? Primark koopt grote volumes in, betaalt de fabrieken op tijd en bestelt in rustige periodes. Laten we hun beweringen eens onder de loep nemen.

Primark krijgt een goede - lees lage - prijs bij zijn leveranciers. Die prijs bepaalt in grote mate het loon van de kledingarbeid(st)er. Is die laag, dan is er geen marge voor loonsverhogingen. Primark verdedigt zich door te zeggen dat het de arbeiders niet betaalt, de fabrieken doen dat. Dat klopt, maar elders in het interview zegt Lister dat zijn bedrijf als grote speler wel degelijk eisen kan stellen aan de fabrieken, bijvoorbeeld om te investeren in brandveiligheid. Waarom zou dat dan niet kunnen als het over lonen gaat? Lister spreekt zichzelf tegen.

"Bijna al onze kledij wordt in 1.700 fabrieken gemaakt samen met kledij van veel andere merken", zegt Lister in De Morgen. Daarmee wil Primark aantonen dat zijn T-shirts in dezelfde omstandigheden worden gemaakt als een T-shirt van 65 euro. Maar zoals Lister zelf zegt, zegt de prijs in de winkel niets over de ethiek. Ethiek wordt wél bepaald door de prijs die betaald wordt aan de fabriek. En die is verschillend voor elke 'klant' van de fabriek. Primark moet zorgen dat de prijs die het betaalt hoog genoeg is om leefbare lonen uit te betalen.

"We doen audits bij alle fabrieken waarmee we werken." Al meer dan twintig jaar lijkt de kledingsector te denken dat audits alle problemen oplossen. Bijna even lang klaagt de Schone Kleren Campagne de slechte kwaliteit van die audits aan: elke fabriek waar de afgelopen jaren een dodelijke ramp gebeurde, kreeg kort voordien een positieve audit.

Primark zegt grote voorstander te zijn van hogere minimumlonen voor arbeiders. Het minimumloon in Bangladesh bedraagt al drie jaar ongeveer 52 euro per maand. Volgens de meest voorzichtige berekeningen zou dat minstens drie keer meer moeten zijn om van een leefbaar loon te kunnen spreken. Regeringen van productielanden verhogen de minimumlonen niet omdat ze bang zijn dat grote kledingmerken dan zullen vertrekken.

Kledingketens moeten garanties geven dat ze hogere lonen zouden meerekenen in de prijs die ze betalen aan de fabrieken en dat ze in het land zullen blijven investeren. Het is te gemakkelijk om de verantwoordelijkheid af te schuiven op de regeringen.

Maar het meest problematische is de impact van het businessmodel van Primark op de sector. H&M en Zara investeren sinds de komst van Primark fors in prijsverlagingen. Daar zijn dan weer de kleinere ketens uit het zogenaamde 'middensegment' de dupe van. Zij worden plots als te duur beschouwd. Want als een T-shirt bij Primark 2 euro kost, waarom zou je er elders dan 15 euro voor betalen? Hogere prijzen betalen aan fabrieken zit er dus niet meteen in. Dus uiteindelijk betaalt de kledingarbeidster de prijs voor dat goedkope T-shirt.

Copyright © 2017 De Persgroep Publishing. Alle rechten voorbehouden