**Arbeidsters uitgebuit in Europese sweatshops**

|  |  |
| --- | --- |
| **Vind ik leuk**135 | [**Delen**](https://www.facebook.com/sharer/sharer.php?u=https%3A%2F%2Fschonekleren.nl%2Fnieuws%2F2017%2F12%2Farbeidsters-uitgebuit-in-europese-sweatshops&display=popup&ref=plugin&src=like&kid_directed_site=0) |

**Flauwvallen van de hitte, werkweken van zestig, soms zelf honderd uur per week en intimidatie op de werkvloer. Dit zijn de omstandigheden waaronder veel Europese kledingarbeidsters werken. Daarnaast verdienen zij bij lange na niet genoeg om van rond te komen en leven daardoor onder de armoedegrens. Niet alleen in Azië worden mensen uitgebuit, ook in de achtertuin van Nederland vinden we Europese sweatshops.**

Waar denk je aan als je 'Made in Europe' in je kledingstuk ziet staan? Waarschijnlijk dat de kleding onder goede omstandigheden is gemaakt, dat kledingarbeidsters een fatsoenlijk loon betaald krijgen voor het werk dat ze doen en dat ze in een veilige fabriek werken. Helaas is dat niet het geval. Schone Kleren Campagne's publicatie '[**De mythe van Made in Europe**](https://schonekleren.nl/informatie/publicaties/brochures-en-rapporten/de-mythe-van-made-in-europe)' laat zien dat uitbuiting niet alleen in Azië plaatsvindt maar ook dicht bij huis voorkomt in landen als Kroatië, Roemenië en Oekraïne. Op nog geen twee dagen rijden van Nederland dus.

**Hongerlonen en slechte werkomstandigheden**

De publicatie geeft een overzicht van de kledingindustrie in Oost-Europa en een korte samenvatting van twaalf landen: Bulgarije, Bosnië-Herzegovina, Kroatië, Georgië, Hongarije, Macedonië, Moldavië, Oekraïne, Polen, Roemenië, Servië en Slowakije. In totaal werken naar schatting zo'n 1,5 miljoen arbeidsters in deze twaalf landen. In veel van de landen ligt het wettelijk minimumloon onder de armoedegrens. Soms krijgen mensen niet eens het wettelijk minimumloon uitbetaald.

Door het lage loon kunnen veel mensen niet rondkomen. Volgens officiële statistieken kan 38% van de Macedoniërs haar basisvoorzieningen zoals de huur, elektriciteit en bankkosten niet betalen en verdient 43% van de Oekraïners net genoeg om eten te kopen, maar niets anders. Een arbeidster uit Oekraïne: "Elke maand is ons gezin bijna al het geld kwijt aan huur, elektriciteit en water. Er zijn dagen dat we niet te eten hebben." Ook zijn de arbeidsomstandigheden vaak niet in orde. In een fabriek in Servië instrueerde het management de arbeidsters zelfs om een luier te dragen zodat zij door konden werken zonder plaspauzes te nemen.

**Luxemerken: meer betalen geeft geen garantie**

Oost-Europa neemt in de wereldwijde kledingindustrie een strategische positie in. Door de korte afstand tot Nederland worden hier kleinere bestellingen geplaatst en bestellingen met een korte levertijd. Ook worden luxemerken als Versace, Gucci en Hugo Boss in deze regio geproduceerd. Maar ook de Nederlandse Mart Visser en de in Nederland gevestigde Tommy Hilfiger. Dat de verkoopprijs van deze merken hoog is, zegt niets over de hoogte van het loon van arbeidsters.

**Nederlandse merken**

Ook Nederlandse merken zijn actief in deze regio. Een aantal daarvan geeft informatie over de  landen waar zij produceert, zoals WE, Expresso en Claudia Strater. Suit Supply gaat nog een stapje verder en publiceert al haar productielocaties online, wat Schone Kleren Campagne toejuicht. Woordvoerder Tara Scally: "Als consument kun je nu nauwelijks een bewuste keuze maken. Het is te ingewikkeld. Weinig kledingmerken zijn eerlijk over waar zij hun kleding laten maken en onder welke omstandigheden. Dat een aantal bedrijven deze stap wél zet is heel erg goed. Als merken niet eens willen melden in welke landen zij kleding laten maken, laat staan in welke fabrieken, dan vraag je je toch af wat ze te verbergen hebben."

Merken als Coolcat, Hema, The Sting, Steps, Peek & Cloppenburg geven helemaal geen inzicht in hun fabrieken. Tot voor kort had Mexx een lijst met productielanden op de website, maar die website is nu offline. Zeeman liet ons weten geen kleding te produceren in Europa, maar hun MVO jaarrapportage geeft aan dat 24,9% van de leveranciers in Europa gevestigd is.

**Transparantie**

Tara Scally "Dit laat maar weer eens zien hoe zeer transparantie nodig is. Wanneer bedrijven tegenstrijdige informatie geven, hoe kan je dan als consument weten of je meebetaalt aan uitbuiting?" Voor het verzamelen van informatie over productielocaties van kledingmerken was Schone Kleren Campagne afhankelijk van openbaar beschikbare informatie. Helaas zijn maar weinig kledingmerken eerlijk over de fabrieken waar zij kleding laten maken. De merken die genoemd worden in deze publicatie vormen slechts een greep uit het totale aantal merken dat in Oost-Europa produceert. Schone Kleren Campagne roept consumenten op om druk uit te blijven oefenen op merken om open te zijn over de fabrieken waar zij mee samenwerken door via de hashtag #madeineurope te vragen of een merk in Europa produceert en zo ja, in welke fabrieken.