

Vakbond - bouwen aan socialere globalisering

Op de volgende bladzijden proberen we een concretere invulling te geven aan ons ideaal van een meer sociale globalisering. We doen dit voor de verschillende niveau's (nationaal, Europees en mondiaal). We richten onze pijlen zowel op de overheden als op de bedrijfswereld. We geven telkens ook één of meer voorbeelden van campagnes die aan deze weg timmeren.

1.1 Een sociaal beleid op nationaal vlak

Het is duidelijk dat het syndicaal werkterrein door de toenemende globalisering voor een stuk aan het verschuiven is naar het internationale vlak. Als vakbond moeten we internationale instellingen of multinationals trachten te beïnvloeden.

Maar dit neemt niet weg dat ook in ons eigen land nog heel wat werk weggelegd is. We schreven het al in de eerste hoofdstukken. Het maakt nog altijd een verschil uit of een land al dan niet een sociaal beleid voert. Het ACV blijft dag in dag uit streven naar een land waar het goed toeven is als werknemer. We zien er op toe dat ook de werknemers de vruchten van de groeiende economie plukken in de vorm van koopkrachtverhoging. We blijven hameren op het belang van een betere combinatie van arbeid, gezin en vrije tijd. Of we gaan de straat op om een verhoging van de vervangingsinkomens te bepleiten.

1.2 Strijd voor een sociaal Europa

Zoals gezegd, kunnen we de Europese Unie bestempelen als een antwoord op de voortschrijdende globalisering. De inrichting van de Europese markt en de introductie van een Europese munt moesten Europa wapenen tegen de internationale concurrentiestrijd met voornamelijk Noord-Amerika en Japan. Op economisch vlak is de Europese eenmaking een feit. Het Europees patronaat en het grootkapitaal kregen hun zin.



Op sociaal vlak heeft Europa nog een lange weg af te leggen. De eenheidsmunt en –markt zijn belangrijke instrumenten om de Europese integratie te bevorderen, maar daar mag het niet bij blijven. De Europese integratie moet ook een sociale integratie worden. De Europese Unie moet evolueren naar een politieke unie die de sociale rechten en de burgerrechten erkent. Ook op mondiaal vlak kan de Unie ijveren voor een betere sociale en ecologische regulering.

Voorbeeld van een campagne: de strijd tegen de Richtlijn Bolkestein

Een mooi voorbeeld van hoe wij ons moeten en kunnen inzetten voor een socialer Europa is de strijd tegen de dienstenrichtlijn Bolkestein. Deze richtlijn moest het dienstenverkeer in Europa “vrijer” maken. We schreven reeds dat deze richtlijn verregaande gevolgen zou hebben voor werknemer en consument. Onder impuls van o.m. het ACV werd massaal geageerd tegen “Bolkestein”. Met succes, de scherpste kanten van de ontwerp-richtlijn werden uit de teksten geweerd. De vele manifestaties en het syndicale lobbywerk hebben geredeerd.

“Het ACV is al een hele tijd in het verweer tegen de ontwerp-dienstenrichtlijn Bolkestein. In het begin was het niet eenvoudig om andere organisaties – zelfs andere Eu vakbonden – te overtuigen dat ‘Bolkestein’ sociale achteruitgang zou betekenen, maar gaandeweg kregen we meer bijval. Hoogtepunten in het aanzwellend protest waren de anti-Bolkestein betoging van 5 juni 2004 en de Europese vakbondsbetoging van 19 maart 2005. Nu begint ons protest dus echt succes te kennen. Alhoewel de richtlijn niet ingetrokken wordt, willen de EU-leiders overgaan tot grondige aanpassingen aan de richtlijn. Die aanpassingen moeten het behoud van het Europees sociaal model garanderen. Veel hangt nu af van de wijze waarop een en ander gaat gebeuren. Uiteraard zal het ACV via het EVV alles doen om dit in goede banen te leiden.”

Persmededeling ACV, 23 maart 2005

1.3 De internationale instellingen tot een ander beleid bewegen

1.3.1 Een andere koers voor IMF, Wereldbank en Wereldhandelsorganisatie

Internationale instellingen zoals het IMF, de Wereldbank en de Wereldhandelsorganisatie zijn niet bepaald succesvol geweest om democratische spelregels op te leggen aan de internationale economie. Integendeel, ze zijn eerder wegbereider geweest van een zo liberaal mogelijke economie. Maar er is hoop, de gevolgen van de politiek van de Wereldbank en het IMF komen de laatste tijd meer onder vuur te liggen in bredere kringen. We bespreken hier onder een aantal andere initiatieven die de internationale instellingen het vuur aan de schenen gelegd hebben.

Voorbeeld van actie: manifestaties n.a.v. topbijeenkomsten van de economische beslissingscentra.

Wat?

Sinds het straatprotest in Seattle in december 1999 n.a.v een conferentie van de Wereldhandelsorganisatie (WHO), worden zowel bijeenkomsten van staats- en regeringsleiders (top van EU of bijeenkomst van G8) als jaarvergaderingen van het IMF en de Wereldbank op de voet gevolgd door een massa mensen die hun beleid aan de kaak stellen.

Wie?

Vakbonden, NGO's, consumentenorganisaties, geëngageerde artiesten, milieubeweging, boeren enz. In Seattle kwam voor de eerste keer een soort globaal verzet tot stand tegen het systeem waar winst zo centraal staat dat andere waarden zoals een gezond milieu, sociale bescherming en culturele verscheidenheid verwaarloosd geraken.

“Wat in Seattle terecht staat, is niet de handel of de globalisering, maar de mondiale aanval op het recht van burgers om regels op te stellen die mens en planeet beschermen”

Naomi Klein (dagboek van een activist p. 24)

Hoe?

De manifestanten trokken massaal de straat op. Men spreekt zelfs van het grootste straatprotest sinds de Vietnamoorlog. Ze blokkeerden gebouwen waar de bijeenkomsten van IMF en WHO plaats moesten vinden. Terzelfdertijd organiseerden ze ook een alternatieve top waar ze alternatieven voor de globalisering in zijn huidige vorm formuleerden. Ze maakten ook op grote schaal gebruik van de nieuwe media. De beweging kon via het Internet heel snel en mondiaal mobiliseren.

De beweging slaagde erin om het ondemocratisch karakter van de beslissingen die door de WHO en het IMF genomen worden, voor een breder publiek bloot te leggen. De plannen om de macht van de WHO uit te breiden, zijn afgeblazen. De druk van de publieke opinie heeft impact.

1.4 Meer gewicht voor de Internationale Arbeidsorganisatie (IAO) en de UNCTAD

De IAO en de UNCTAD zijn twee internationale organisaties die veel beter geplaatst zijn dan IMF, Wereldbank en Wereldhandelsorganisatie om het economisch systeem op het juiste spoor te zetten.

De IAO of de Internationale Arbeidsorganisatie



Deze organisatie is beter bekend onder zijn Engelse afkorting ILO (International Labor Organisation: www.ilo.org). Ze werd opgericht in 1919 en is daarmee de oudste organisatie van de V.N. (toen nog Volkerenbond). Zowel overheden, werkgevers- als werknemersorganisaties maken deel uit van deze instelling. De ILO tracht een sociale wetgeving tot stand te brengen die in alle betrokken landen de arbeids- en levensomstandigheden van werknemers beschermt. Binnen de ILO werden 5 fundamentele basisnormen vastgelegd: vrijheid van vakvereniging, vrij collectief overleg, verbod op dwangarbeid, verbod op kinderarbeid en discriminatieverbod. Nadien sloot de ILO nog een rist van conventies af. Maar het probleem met deze organisatie is, dat deze overeenkomsten niet altijd goedgekeurd worden door de individuele lidstaten en op die manier moeilijk afdwingbaar zijn. Toch zouden de normen van de ILO als basis van een toekomstige mondiale wetgeving kunnen dienen en een belangrijk onderdeel moeten uitmaken van internationale investeringsakkoorden.

De ILO organiseert één keer per jaar een Internationale Arbeidsconferentie in Genève. Het ACV is ten volle overtuigd van het belang van deze topbijeenkomsten en steekt daar navenant heel wat energie en tijd in. Op de IAO-conferentie worden belangrijke zaken besproken die werknemers van over gans de wereld aanbelangen. Zo stonden op de 95^{ste} conferentie in 2006 een aantal prangende problemen centraal. O.a. de strijd tegen asbest dat jaarlijks zo'n 100.000 mensen dood en het steeds groter wordende fenomeen van de schijnzelfstandigheid. Het probleem is echter dat overeenkomsten slechts van toepassing zijn in die landen die ze ook effectief goedkeuren. Binnen de ILO zetelt de Commissie van de Normen - ACV-Voorzitter Luc Cortebeek is daar al jaren voorzitter van - die toeziet op het naleven van de normen en wereldwijde schendingen van de conventies aan de kaak stelt.

De UNCTAD of Conferentie voor Handel en Ontwikkeling van de Verenigde Naties.

In tegenstelling tot instellingen zoals de Wereldhandelsorganisatie, staan alle landen, arm en rijk, op voet van gelijkheid in de UNCTAD (www.unctad.org). Bijgevolg wordt meer rekening gehouden met de belangen van de armste landen. De UNCTAD werkt aan een programma van armoedebestrijding en streeft naar een kwaliteitsvolle integratie van de armste landen in de wereldeconomie. De Conferentie voor Handel en Ontwikkeling stelt bijvoorbeeld dat buitenlandse investeringen niet onder om het even welke voorwaarden mogen aangemoedigd worden: "Het *laissez faire*-beleid dat in een aantal landen gevoerd werd om toch maar die grote bedrijven aan te trekken, lijkt meer negatieve dan positieve gevolgen gehad te hebben. Op dezelfde manier lopen ook de strategieën die gebaseerd zijn op zo laag mogelijke loonkosten vrij snel spaak. Goedkope arbeid blijft een bron van concurrentieel voordeel voor bedrijven, maar het belang ervan neemt af.

Bovendien vormt het geen basis voor duurzame groei". Er gaan stemmen op om de Unctad uit te bouwen tot een soort van parlement van de globalisering dat meer controle kan uitoefenen op de wereldeconomie. Een idee dat bijvoorbeeld ook door 11.11.11 ondersteund wordt.

1.5 Druk op de bedrijfswereld opvoeren

Vakbonden hebben een politieke rol te vervullen. Ze moeten regeringen en internationale instellingen aanporren om een sociaal beleid te voeren. De voorbeelden die we zo net aanhaalden, maakten dit duidelijk. Maar toch blijft onze hoofdopdracht nog altijd het beïnvloeden van de bedrijfswereld. En ook daar ligt nog heel wat werk weggelegd.

Het klopt dat de laatste jaren een aantal ondernemingen oog gekregen hebben voor sociale en ecologische aspecten. Een aantal multinationals engageerden zich om een minimum aan sociale regels te respecteren. Vooral de textielsector levert daarvan een aantal voorbeelden. Andere bedrijven hebben de mond vol van ethisch ondernemen, willen niet alleen winst maken, maar proberen ook rekening te houden met mens en milieu. Prima, als vakbond kunnen we niet anders dan dit toejuichen. Toch lijkt het niet voor morgen dat het gros van de bedrijven uit eigen wil aandacht wil besteden aan de belangen van de landen waar ze zich vestigen of aan het welzijn van de werknemers. Bovendien dreigen in de huidige context bedrijven die wel een sociale reflex aan de dag willen leggen of milieuvriendelijk willen ondernemen, genadeloos weggeconcurrereerd te worden. Vandaar dat vakbonden en sociale organisaties druk moeten blijven uitoefenen om de ondernemingen tot een socialer beleid te dwingen. Het zal niet vanzelf komen.

We bekijken 2 initiatieven die een stap in die richting kunnen zetten, namelijk de oprichting van Europese ondernemingsraden en de Schone Klerencampagne.

Europese ondernemingsraden

De oprichting van Europese ondernemingsraden (op basis van een Europese Richtlijn van 1994) bracht een internationale dialoog tot stand tussen de werknemers van éézelfde multinationale onderneming. De Europese vakbonden mogen deze pluim op hun hoed steken. Want het is duidelijk dat het Europese patronaat niet stond te springen om de werknemers informatie te geven en te raadplegen. En dat deze beslissing geen vreugdedans ontlokte bij de Japanse en de Amerikaanse werkgevers in België, is al even klaar.

Het spreekt voor zich dat het niet simpel is om alle werknemersafgevaardigden op dezelfde golflengte te krijgen. Er moeten een aantal belemmeringen overwonnen worden: de taalbarrière, de verschillen op het vlak van syndicale cultuur... Toch bieden Europese ondernemingsraden heel wat mogelijkheden om wat meer gewicht in de schaal te werpen tegen de macht van multinationale ondernemingen. Europese vakbondsafgevaardigden hebben een goed zicht op hetgeen in de

verschillende filialen gebeurt. Als bijvoorbeeld verschillende vestigingen tegen elkaar uitgespeeld worden of als er aan valse concurrentie gedaan wordt, dan komen ze dat te weten.

“De grote moeilijkheid in de uitbouw van een echt Europees syndicalisme blijft het gebrek aan interesse dat er bij werknemers is voor dat Europese niveau. Uiteraard weten ze dat wat in Engeland gebeurt of in Oost-Europa een grote invloed kan hebben op de toekomst van het Belgische filiaal waar ze werken. Andere filialen worden echter nog te veel als concurrenten gezien. Om de mensen te overtuigen dat het belangrijk is dat we als werknemers van een internationale groep aan één zeel trekken, moeten we ze heel goed informeren over wat we doen in de Europese ondernemingsraad, wat de strategie van Caterpillar is. Solidariteit is er niet uit zichzelf. Solidariteit bouw je op door elkaar beter te leren kennen en begrijpen.”

Roger Lenoble, ACV- militant bij Caterpillar, in ACV-Vakbeweging, 10 november 1999

We zouden het niet beter kunnen formuleren. En dat het kan werken, getuigt de Europese ondernemingsraad van Etex, het vroegere Eternit. Door overleg, veel druk en bezoeken ter plekke werken zelfs de arbeiders buiten Europa, in de Colombiaanse, Ecuadoriaanse en Braziliaanse vestigingen aan menselijke voorwaarden. Een mooi voorbeeld van wat we vanuit die Europese ondernemingsraden allemaal kunnen bereiken.

De Schone Klerencampagne

Wie?



Een internationale campagne waarin vakbonden, consumentenorganisaties, jongerenorganisaties en NGO's samenwerken om de arbeidssituatie in de kledingindustrie te verbeteren. De campagne begon een aantal jaren geleden in Nederland en heeft zich nadien uitgebreid naar andere Europese landen: België, Frankrijk, Duitsland, Engeland, Italië, Spanje, Zweden, Oostenrijk, Zwitserland. Er nemen in totaal zo'n 200 organisaties deel aan de campagne. In Vlaanderen hebben eind 1995 een 25-tal organisaties een Schone

Klerenplatform opgericht (www.schonekleren.be). Wereldsolidariteit heeft voor Vlaanderen de taak van secretariaat en coördinator op zich genomen. Zowel de interprofessionele als de professionele pijler van het ACV waren stuwende krachten. De campagne werkt samen met vakbonden en andere organisaties in productielanden uit Azië, Latijns-Amerika, Afrika en Oost-Europa.

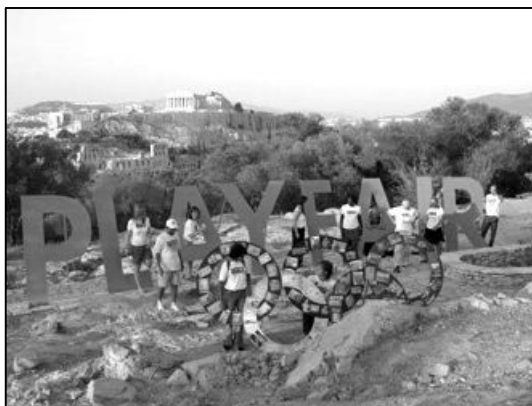
Wat?

De campagne richt zich in eerste instantie tot de consument. Men wil de klant bewust maken van de arbeidsomstandigheden waarin veel van de kledingstukken tot stand komen.

“Schone Kleren” pakt ook de kledingdistributeurs aan en wil dat ze even hoge eisen stellen aan de leveranciers inzake arbeidsomstandigheden als inzake kwaliteit en leveringstermijnen. Van de kledingproducenten bij ons vraagt men dat ze de internationale arbeidsnormen naleven en laten controleren. Aan de politici vraagt men een regel- en wetgeving te ontwikkelen die kan bijdragen tot de toepassing van de arbeidsnormen van de Internationale Arbeidsorganisatie.

Hoe?

Het spreekt voor zich dat het niet volstaat om het eens lief te vragen aan de kledingfabrikanten of de politici. Neen, enige druk is en blijft noodzakelijk. Daarvoor werden al tal van consumentenacties opgezet. Een voorbeeld. Naar



aanleiding van de Olympische Spelen 2004 in Athene werd een “Play Fair”-campagne op het touw gezet. Tal van vakbonden en ngo's - maar ook topatleten - sloegen de handen in elkaar om te ijveren voor rechtvaardige omstandigheden in de sportschoenen- en sportkledijsector. Ook in België werden een aantal acties gehouden. Zo fietste een groep helemaal vanuit Leuven naar Athene, goed voor zo'n 2.000 kilometer. En

was er een fakkeltocht vanuit alle delen van het land naar Brussel met dezelfde eisen. Tegelijkertijd vonden er tal van 'alternatieve' Olympische spelen en 'schone' modeshows plaats.

De Schone Klerencampagne heeft in het verleden al meer van dergelijke acties gevoerd. Denken we maar aan het bestoken van kledingbedrijven met kaartjes van verontwaardigde klanten, het inzamelen van “voettekeningen” tegen de praktijken in de sportschoenensector enz.

Resultaten

Een groot gedeelte van de bevolking is op zijn minst bewust gemaakt van de problematiek.

Bij de term “Schone kleren” denken we niet langer meer aan witter dan wittoestanden, maar aan kleren die in deftige arbeidsomstandigheden gemaakt werden.

Ook de bedrijfswereld ligt daar nu al iets meer wakker van. De kleding- en sportschoenenfabrikanten hechten veel belang aan hun imago. Daar hoeven we gezien de reclamecampagnes waarmee ze ons bestoken, niet aan te twijfelen. Voor de geviseerde bedrijven is de Schone Klerencampagne een luis in de pels. Een aantal fabrikanten hebben ondertussen een gedragscode aangenomen waarin ze beloven om hun sociale verantwoordelijkheid op te nemen en zelf toe te zien op de toepassing ervan. Dit is een stap in de goede richting. Ook al is deze code vaak beperkt. In een aantal gevallen betreft het alleen een verbod op kinderarbeid. “Schone Kleren “ wil verder gaan en de gedragscode code uitbreiden met op zijn minst de normen van de ILO. Het pleit bovendien voor een onafhankelijke controle op de toepassing van deze normen.

Luc Impens – Vormingsdienst ACV