

Dag van Alternatieven 2004

Workshop 16:

Multinationals en gedragscodes

Grietje Lof, verslag

Voorzitter: Kees Hudig (XminY)

Na een kennismakingsronde vertelt Kees iets over de achtergrond van de Dag van de Alternatieven.

Ooit is deze ontstaan uit de 'anders globalisering beweging'. Centraal in het globalisering probleem staan de multinationals. In de Verenigde Staten zijn diverse organisaties actief die multinationals kritisch volgen (*anti corporate movement*). In Nederland is er weinig aandacht voor de machtsconcentratie van multinationals. Na Cancún is er wel een discussie op gang gekomen en de gematigde politici erkennen wel dat er een economisch probleem is maar ten opzichte van multinationals wordt er geen beleid geformuleerd. De situatie is nu zo dat tegelijkertijd vrijhandel bevorderd wordt en dat ingevolge de strategie van multinationals deze vrijhandel een mythe is ontkend wordt.

Er volgt een korte uitleg wat vrijhandel is en enige verwijzingen naar Adam Smith en Ricardo. In tegenstelling tot wat veel neoliberalen beweren voorspelden beide economen al dat vrijhandel niet samen kon gaan met machtsmonopolies. Een serieuze bestudering van het internationale economische beleid houdt in dat het grote bedrijfsleven aangepakt dient te worden. Ook mensen als Fukuyama negeren dit punt. De realiteit is dat indien men multinationals onbeperkt hun gang laten gaan deze steeds meer macht krijgen. De vraag is nu hoe je deze macht inperkt, wat het effect is, en het perspectief voor de langere termijn?

Ten eerste kan je werken met gedragscodes of een beleid voeren zoals de Stichting Schone Kleren m.b.t. eerlijke merken. (Deze konden helaas vandaag niet komen.) Het probleem is dat de economische macht van de multinationals nu ook verbonden is met de politieke macht via een lobby bij de EU en ook op juridisch vlak krijgen zij allerlei rechten.

Ten tweede kan je bijvoorbeeld werken met campagnes zoals de Shell en Nigeria.

Gedragscodes kunnen een antwoord zijn op de politiek van het bedrijfsleven. Kees verwijst naar Seattle waar door de protesten bepaalde praktijken toch mislukt zijn. Zoals de vorming van een soort OECD voor het bedrijfsleven. De akkoorden over liberalisering stelden geen limiet aan de machtsgroei van multinationals. Er is een soort politiek economisch vacuüm. Volgens het bedrijfsleven gaan gedragscodes te ver. Zij willen via de OECD eigen codes opstellen op basis van vrijwilligheid. Dit op advies van pr bureaus. Met als resultaat dat er verwarring is in verband met allerlei verschillende gedragscodes.

Wie hier meer over wil weten kan de brochure 'van papier naar praktijk' bestellen bij de Schone Kleren Kampagne. Deze proberen een soort ILO standaard te maken voor het bedrijfsleven.

Een code is echter maar een velletje papier. De georganiseerde consumenten zijn ook nodig. Juridische sancties zijn bijna onmogelijk behalve eigen nationale wetgeving op het gebied van arbeid en milieu. Belangrijk is ook dat de code geldig is voor de hele keten en niet alleen voor het directe personeel. Dat wil zeggen de controleerbare keten zoals toeleveringsbedrijven.

Als sancties niet mogelijk zijn dan is het zinvol om voortdurend bovenop bepaalde organisaties zitten en te verwijzen naar de arbeidsomstandigheden. Gedragscodes zijn echter geen vervanging voor goede lokale en nationale wetgeving. Bovendien moeten zij voort kunnen gaan met de maatschappelijke ontwikkeling en uitgebreid kunnen worden.

Olivier Hoedeman vertelt iets over het gedrag van multinationals. Binnen de Verenigde Naties is een subgroep binnen de mensenrechtencommissie actief m.b.t. dit onderwerp, zoals het formuleren van een aantal normen in het kader van sociale mensenrechten. Deze zijn echter niet af dwingbaar.

Er wordt de vraag gesteld naar de relatie productiebedrijven en geldbedrijven: zouden er ook gedragscodes voor banken kunnen komen? Tenslotte is het gevaar van ontwrichting in de nationale staten zelf.

Naar aanleiding van het verzet tegen de Shell in Nigeria is een discussie over de mogelijkheden. Er is nu nog weinig kennis aanwezig en het gaat om kleine vrijwillige initiatieven. In verband met de kritiek (publieke opinie) werken een aantal bedrijven nu zelf aan een gedragscode (*window dressing*). Aandeelhouders hebben weliswaar beslissingsmacht maar zijn niet verantwoordelijk voor de uitvoering of voor de dictatuur in bepaalde landen. Ook dat is een probleem.

De meeste procedures zijn niet juridisch afdwingbaar. Dit in verband met het winst oogmerk. Een uitzondering is de dwang van consumenten. Sociale vraagstukken worden steeds belangrijker gevonden door consumenten. Probleem is echter nog de mogelijkheid om te controleren en het soort sector: zoals bijvoorbeeld een boycot van de wapenindustrie. Ook zijn veel bedrijven niet te bereiken.

Een andere vraag is hoe diep de veranderingen gaan. Vallen bedrijven niet meer terug in hun oude gedrag zodra de druk wegvalt?

We constateren wel dat het maatschappelijk ondernemen meer in de belangstelling komt te staan. Maar het omgekeerde gebeurt ook zoals bij de keurmerken. Door de veelheid ontstaat er onduidelijkheid. Of het idee dat met de invoering van een keurmerk alles geregeld is. Lokale en nationale bewegingen zijn volgens sommigen essentieel. Consumentenbewegingen kunnen zich hierbij aansluiten. In de Verenigde Staten zijn groeperingen die zelf onderhandelen met bedrijven in India.

Een andere vraag heeft betrekking op de verstrengeling tussen bedrijfsleven en van non-gouvernementele organisaties. Ook de alternatieve consumentenbond, komt nog ter sprake en het feit dat het geld dat in omloop is ons geld is. Dit zou als macht gebruikt kunnen worden. Gedragscodes zouden ook preventief kunnen zijn ten opzichte van het beleid van multinationals om landen tegen elkaar uit te spelen. Aan de ene kant is dit utopisch omdat regeringen vaak toch door bedrijven gesteund worden en belangentegenstellingen niet ontkend kunnen worden.

Er volgt een discussie over de sterke en zwakke aspecten van consumentenorganisatie, met een verwijzing naar de Max Havelaar koffie. Ik som een aantal punten op uit de discussie:

- *niet een rek met schone kleren maar proberen een hele bedrijfstak, eventueel met minder schone kleren;
- *en-en strategie;
- *onbetaalbaar;
- *verspilt veel energie terwijl resultaat laag is;
- *gedragscode is een opstap naar meer;
- *5 procent consumenten geeft al grote resultaten;
- *goed geselecteerd aanpakken welk product;
- *rekening houden met het soort dienst en de uitstraling;
- *zoveel mogelijk eruit halen;

- *als mens voel je je vaak onmachtig maar als consument heb je een daadwerkelijk gevoel van invloed;
- *bewust inkopen als consument: hoe combineer je dat met je eigen gedrag en hoe ga je ermee om;
- *geen oude handschoenen weggooien voor je nieuwe hebt;
- *coöperaties zijn verdwenen;
- *rol media die soms gelieerd zijn aan multinationals;
- *politieke discussie of de macht van multinationals wel acceptabel is in relatie tot democratie;
- *Wat is de juiste rol: zijn we al een consumenten of ook burgers die de toekomst bepalen;
- *misstanden aanpakken op incidenteel niveau is niet voldoende/ook op structureel niveau zoals via mensenrechten;
- *gedragscodes werken weinig vertrouwen en lijken eerder op pr.

Vervolgens spitst de discussie zich toe op de lobby binnen de EU en het gevaar dat dit oplevert voor de democratie. De multinationals hebben het geld om lobbyisten neer te zetten en hoe krijgen wij onze punten op de agenda? Er wordt verwezen naar de Verenigde Staten waar lobbyisten gebonden zijn aan strikte regels. Deze hebben wij hier niet waardoor er minder transparantie is. Een schatting van iemand die in Brussel een wandeling langs de lobby bedrijven heeft gemaakt was dat er 55.000 fulltime lobbyisten zitten waarvan zestig procent betaald wordt door het bedrijfsleven en 5 procent door non-gouvernementele organisaties. Het probleem is dus eigenlijk het volume. Ook de politieke cultuur in de EU wordt besproken en het ontbreken van deskundigen.

Een ander voorstel is om kleine bedrijven in een netwerk te brengen en zo een alternatief te vormen ten opzichte van multinationals. Het voorbeeld van *Citizens Multinational* van Henk Munrobi (?).

Tenslotte nog een aantal titels van boeken die Kees aanbeveelt:

- New Economics Foundation: *Return to scale*. (kernadviezen over coöperaties)
- Friends of the Earth: *A corporate accountability mechanism lobby/briefing draft*. (internationale gedragscodes)
- Schone Kleren Kampagne: *Van Papier naar Praktijk*.
- Proclat VS: *Defying corporations, defining democracy*. (juridische rechten).
- Dean Ritze (ed.): *Program on corporations law and democracy*.

En websites:

- www.corporatewatch.org: brochure: Corporate law and structure (supermarkten).
- www.corporateeurope.org
- www.globalinfo.nl