

5. Så produceras våra kläder



5. Så produceras våra kläder

Hurdana är villkoren för arbetare i fabriker där våra kläder tillverkas? Hur kan det komma sig att kläderna är så billiga? Varför tillverkas allt fler kläder i Kina? Det är några av de frågor vi diskuterar i detta kapitel.

Våra kläder tillverkas i Asien

För 40–50 år sedan producerades det kläder i Sverige. Klädindustrin har varit viktig för Sveriges ekonomiska utveckling. På liknande sätt har klädindustrin varit viktig för Storbritanniens och Hong kongs ekonomiska utveckling.

När utvecklingen gick framåt i Sverige och lönerna ökade ville klädföretagen hitta ställen där det var billigare att producera, dvs där lönerna var lägre. Klädindustrin i Sverige började sakta men säkert att flytta, först till länder i södra Europa som Italien, Portugal och Spanien. I takt med att lönerna ökade även i dessa länder flyttade tillverkningen vidare till asiatiska länder som Kina, Indien, Bangladesh, Vietnam, Thailand, men även till länder på närmare håll som Bulgarien, Rumänien och Turkiet.

Idag finns det nästan ingen klädproduktion kvar i Sverige. Istället har klädindustrin blivit en viktig motor för den ekonomiska utvecklingen i många fattigare länder.

I Sverige handlar vi kläder för drygt 30–40 miljarder kronor per år. Mellan 50 och 60 miljoner människor i världen arbetar i de fabriker som syr kläderna. De arbetar ofta under omänskliga villkor. Arbetsdagarna är ofattbart långa, arbetet hårt med orimliga lönesummor.

Hård konkurrens mellan klädindustrin

Eftersom det idag finns klädindustri i så många länder i världen innebär det att konkurrensen om produktionen blir hård. Det som går att konkurrera med, förutom kvaliteten, är priset. Om priserna ska kunna pressas ytterligare måste fabriker hålla nere sina kostnader. I slutändan är det arbetarnas förhållanden och löner som fabriker konkurrerar med.

Nästan inget klädföretag i Nord äger idag de fabriker där deras kläder tillverkas. Istället beställer de alla sina kläder från olika leverantörer som syr kläderna. Detta gör det lättare för klädföretagen att snabbt flytta sin produktion till den leverantör som är billigast. Det enda de behöver göra är att säga upp kontraktet med den dyrare fabriken och flytta till en billigare.

Varje klädföretag har ett inköpskontor som har till uppgift att hitta det lägsta priset, den snabbaste leveransen och den bästa kvaliteten. Det är självklara uppgifter för ett inköpskontor. Men jakten på allt snabbare leveranser och allt lägre priser får förödande konsekvenser för dem som syr våra kläder.

Kapplöpningen mot botten

Konkurrensen om lägsta priset och snabbaste leveransen brukar på engelska kallas ”the race to the bottom”, dvs leverantörerna tvingas bjuda under varandra för att få uppdraget att tillverka klädesplagget. Villkoren för arbetarna försämras allt mer.

Så här kan det gå till:

1) Ledningen på klädföretaget säger till sina inköpare

Vi måste pressa produktionskostnaderna. För att kunna hänga med i de senaste trenderna måste leveranstiden vara kort. Vi vill inte hålla stora lager, det kostar för mycket pengar.

2) Inköparna sätter press på fabriken/leverantören

För att snabbt kunna byta till en billigare leverantör skriver inköparna aldrig kontrakt med en leverantör för mer än en beställning i taget och man gör så små beställningar som möjligt. Inköparna pressar också leverantörerna att leverera snabbt. Om de inte levererar i tid så straffas de, t ex genom att inte få fullt betalt.

3) Fabriken/leverantören pressar arbetarna

Osäkerheten är stor, de korta kontrakten gör att fabriksägaren inte vet om det finns några beställningar att utföra nästkommande vecka. Det gäller att hela tiden ligga lägst i pris, annars riskerar man att förlora sina kunder.

Detta får till följd att fabriken

- /// Hela tiden håller nere arbetarnas löner för att kunna hålla nere priset.
- /// Accepterar beställningar som är för stora för fabriken kapacitet, och därför, för att hinna leverera i tid, pressar arbetarna att arbeta mycket långa arbetspass.
- /// Anställer svart arbetskraft (som man inte betalar skatt för) som är lätt av avskeda när den inte längre behövs.
- /// Förhindrar att arbetarna går samman i fackföreningar och kräver bättre betalt och rimligare arbetstider.

Så drabbas arbetarna:

Låga löner som inte går att leva på

På en kinesisk fabrik som tillverkar åt Adidas, Arena, Nike, Fila, Reebok och Speedo var lönen under lågsäsong mellan 170 och 260 kronor i månaden. Den lagstadgade minimilönen var 355 kronor i månaden.

Källa: "Play Fair at the Olympics". Oxfam International, 2004.



Långa arbetstider

– I juni och juli 2003 arbetade vi på min sömnadsavdelning från klockan sju på morgonen till klockan fyra morgonen därpå, på grund av en stor order från Reebok. Vi fick gå hem i omkring sju timmar, men var tvungna att vara tillbaka på fabriken klockan 11 på förmiddagen, för att arbeta till 10 på kvällen, berättar en 21-årig indonesisk arbetare

Källa: "Play Fair at the Olympics". Oxfam International, 2004.

Farlig och skadlig arbetsmiljö

Klockan ett på natten den 11 april 2005 rasade klädfabriken Spectrum Sweater i Bangladesh ihop. Spectrum Sweater tillverkade kläder för stora europeiska klädföretag som Carrefour och Zara. Runt 300 människor som arbetade nattskiftet fanns i fabriken. 73 människor dog.

Det var den värsta händelsen hittills, men inte den första gången som arbetare vid fabriken skadats. Tre dagar före olyckan avled en kvinna till följd av en mycket allvarlig

brännskada som orsakats av kokande vatten i fabriken. Tre månader före olyckan skadades en kvinna när hennes kläder trasslades in i el-ledningar, vilket resulterade i mycket kraftiga el-chocker.

Källa: SVT Aktuellt 12 april 2005, samt "Clean Clothes Campaign".

Förbud mot fackliga rättigheter

Fria fackföreningar är förbjudna i Kina, det land i världen som producerar mest kläder – detta berättade vi om i kapitlet "Rättigheter på jobbet". Men även i länder där fackföreningar enligt lagen är tillåtna motarbetas fackföreningar. En som kan berätta om detta är Hamdani, som är 26 år och har jobbat i flera år på fabriken Panarub i Indonesien. Fabriken tillverkar framförallt produkter åt Nike och Adidas.

– På Panarub tjänar vi ungefär 66 euro i månaden (ca 600 svenska kronor). Om man jobbade över mellan 19:00 och 24:00 varje dag tjänade man 15 euro mer. Det var svårt för mig att klara mig på detta, och jag är ändå ungar. För de som hade familj var det omöjligt, berättar Hamdani.

– För att hinna med vår dagliga jobbkvot måste vi ofta jobba till midnatt. De flesta måste ha minst två jobb för att klara sig, speciellt de anställda på Panarub.

Arbetarna på fabriken bestämde sig för att gå samman och bilda en fackförening, något som kan vara farligt i



Indonesien. Den som är med i facket diskrimineras och därför är många rädda för att gå med.

Men Hamdani gav inte upp. Fabriksledningen började då trakassera Hamdani för att få honom att säga upp sig.

– Jag fick utföra arbetsuppgifter jag inte hade kompetens för, istället för de jag kunde. Jag flyttades runt och hade flera olika arbetsuppgifter, men bara sådana jag inte kunde.

Men Hamdani vägrade att säga upp sig. Sommaren 2003 fick han sparken. Efter en intensiv kampanj, med mycket support från konsumenterna i Nord, blev Hamdani återanställd hösten 2004.

Källa: Intervju med Hamdani gjord av Joel Lindefors, Rena Kläder, april 2004.

Diskutera:

- /// Hur bryter man den negativa spiralen?
- /// Finns det något du själv kan göra för att förändra det mönster som beskrivs ovan?
- /// Vad kan andra aktörer göra?
- /// Vem har makt att påverka en sådan här negativ spiral?

Så tungt väger ett bomullsplagg

Väg ett bomullsplagg i handen.

För varje kilo bomullskläder vi köper har det använts ett helt kilo kemikalier och gifter, varav många steg för steg förstör natur och människor (gifter vid odling, blekning, färgning, efterbehandling etc).

Vi köper mycket kläder i Sverige, 9 kg per person och år, varav hälften är bomullskläder. Bomull är en av de mest kemikalieintensiva grödorna i världen.

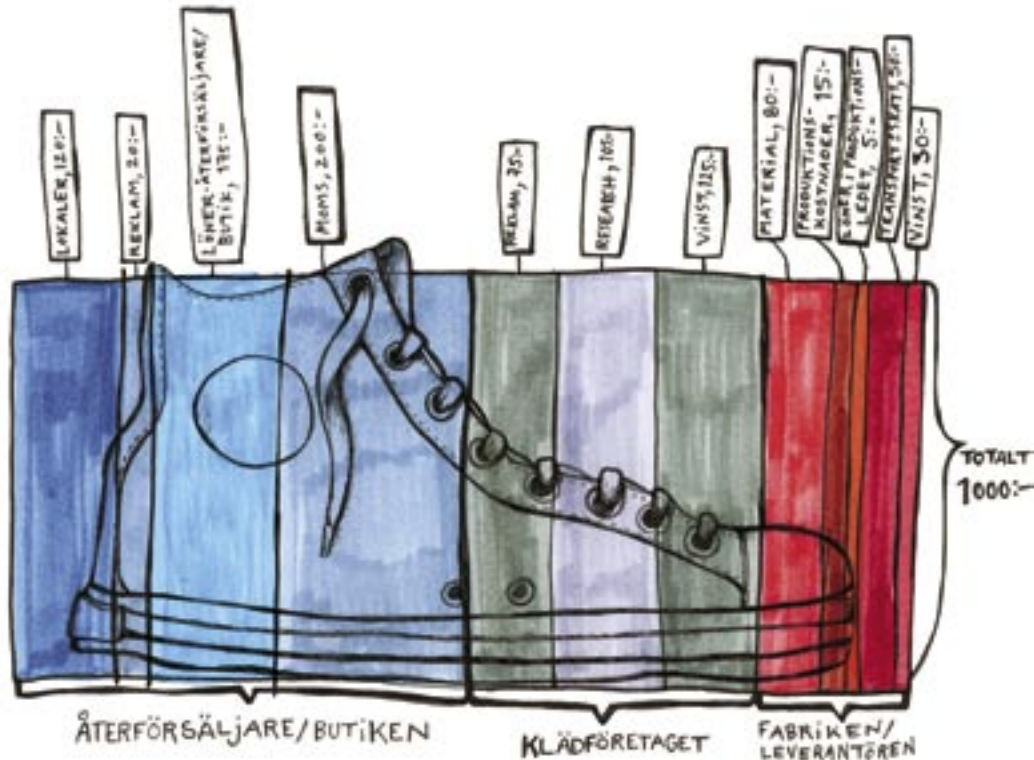
Bomullsodlingarna upptar knappt 5 procent av världens åkerareal men står för 11 procent av de jordbrukskemikalier som säljs i världen. I många länder där bomull odlas har detta därför en mycket negativ inverkan på miljön.

Källa: Bomull – konventionell och ekologisk odling, Svenska Naturskyddsföreningen.

Vart går pengarna?

Både billiga och dyra kläder produceras under förhållanden som liknar dem som beskrivits ovan. H&M har produktion i Kina, men det har även modeföretagen We International och Filippa K. En och samma fabrik producerar ofta klädesplagg för olika märken och i olika prisklasser. Ett högre pris är alltså ingen garanti för att den som tillverkar kläderna har fått bättre betalt eller har bättre arbetsvillkor. Priset säger ingenting om hur tillverkningsprocessen ser ut. Det vi betalar för är framför allt designen, varumärket och i någon mån kvalitet, även om det är långtifrån säkert att en dyrare vara håller längre.

Men samma sak gäller för klädtillverkning som för produktion av livsmedel (se kapitlet ”Så produceras det vi



äter?”). Betalar du väldigt lite för ett klädesplagg kan du vara säker på att den som tillverkat plagget knappast har tjänat någonting alls. Arbetaren på klädfabriken befinner sig längst bort i en kedja av många händer som hanterat plagget på vägen till dig. Så vart går egentligen pengarna när du köper kläder?

Uppförandekoder

De dåliga arbetsförhållandena inom klädindustrin började diskuteras allmänt först kring mitten av 90-talet. Klädföretagen svarade då med att anta så kallade uppförandekoder som skulle fungera som regler för hur arbetsförhållandena såg ut i fabriken där produktionen skedde.

De första uppförandekoderna var ganska otydliga och påverkade inte arbetsförhållandena särskilt mycket. Företagen kritiserades för detta och idag har de flesta större klädföretag antagit uppförandekoder som är acceptabla. Dessa baseras ofta på ILO-konventionerna som vi berättade om i kapitlet ”Rättigheter på jobbet”.

I uppförandekoderna står det ofta att arbetsmiljön inte ska vara farlig, att arbetarna ska ha rätt att bilda fackföreningar, att barnarbete inte får förekomma, att arbetstiden inte får överstiga 48 timmar i veckan och att lönerna ska vara rimliga.

Men en uppförandekod är bara ord på ett papper. Den är dessutom ensidigt antagen av företaget. De som berörs, dvs arbetarna, har inte haft något inflytande över innehållet och känner ofta inte ens till att uppförandekoden existerar, vilket gör att de inte kan hänvisa till den.

Om uppförandekoden ska ha någon effekt måste den kontrolleras och det sker inte alltid. Om företagen kontrollerar att den efterlevs i fabriken så berättar man dessutom sällan för utomstående vilka brott mot uppförandekoden som man hittar. Konsumenterna förväntas alltså lita på att företagen faktiskt gör som de säger.



Är det möjligt att efterleva uppförandekoderna?

Även ett klädföretag som har en uppförandekod, och kontrollerar att den efterlevs, fortsätter samtidigt i regel att pressa sina leverantörer att leverera snabbt och billigt. Ibland så snabbt och billigt att det i realiteten är omöjligt för leverantören att efterleva uppförandekoden.

Exempel: Fabriken måste hålla låga priser, annars väljer klädföretaget en annan fabrik. Men om priset är tillräckligt lågt blir det omöjligt att betala en rimlig lön som förutsätts i uppförandekoden. Fabriken måste leverera snabbt för att få fullt betalt. Men för att leverera tillräckligt snabbt måste man pressa arbetarna att jobba upp till 80 timmar i veckan och ibland mer (se Reebok-exemplet ovan).

Klädföretagen betalar helt enkelt inte tillräckligt för att fabriken där produktionen sker ska kunna följa uppförandekoden. Det här har lett till att många fabriker förfalskar listor över arbetstider och lönelistor när klädföretaget kommer för att inspektera arbetsförhållandena i fabriken. För att komma runt det problemet har fackföreningsrörelsen föreslagit vissa, förhoppningsvis mer effektiva, verktyg för att förändra villkoren i fabriken. Ett sådant förslag är något som kallas för globala ramavtal.

Globala ramavtal skulle skrivas under av internationella representanter för både fackföreningsrörelsen och företaget. På det sättet skulle båda sidor, dels företaget men också den organisation som representerar arbetarna, dvs facket, få inflytande över innehållet. Istället för att vara en ensidigt antagen policy, som en uppförandekod, skulle det vara ett avtal som båda parter måste följa.



Rena Kläder - Clean Clothes Campaign

Det finns en global rörelse som försöker påverka klädin-
dustrin att förbättra villkoren för dem som syr kläder. Rörelsen är uppbyggd av olika nätverk i USA, Kanada, Asien, Afrika, Australien och Europa. I Europa finns ett nätverk, "Clean Clothes Campaign", och den svenska grenen "Rena Kläder".

Totalt rör det sig om 300 fackförbund, solidaritets-, ungdoms- och kvinnoorganisationer som tillsammans arbetar för att pressa klädföretagen att ta ansvar för förhållandena i de klädfabriker de anlitar. I detta arbete kan du hjälpa till.

Rena Kläder jobbar med fyra uppgifter:

1. Opinionsbildning

Om vi vill att villkoren ska bli bättre för de människor som arbetar med att sy våra kläder måste vi veta hur det ser ut i industrin. Rena Kläder arbetar med att sprida information genom t ex seminarier, kurser, en hemsida, www.renasklader.org, och broschyrer. Rena Kläder arbetar också för att media ska ta upp dessa frågor. Dessutom arrangeras aktioner och demonstrationer i samarbete med aktivister från organisationerna bakom Rena Kläder.

2. Påverka företag

Självklart är Rena Kläders mål att påverka klädföretagen. För att kunna göra det måste det finnas en press från konsumenterna på företagen. Om vi inte efterfrågar kläder som är producerade under mänskliga förhållanden så kommer inte företagen att producera det. Ibland arrangerar Rena Kläder kampanjer mot några utvalda företag för att öka pressen just på dessa. Ett sådant exempel är kampanjen ”Play Fair at the Olympics” som drevs i över 35 länder under 2004. Den kampanjen riktade sig mot sportföretag. Poängen med detta arbete är att få företagen att göra större övergripande förändringar.

3. Blixtprop

Rena Kläder arbetar också med blixtprop. Rena Kläders nätverk omfattar organisationer och fackföreningar i de länder där kläder produceras. Om till exempel arbetare som försöker organisera sig blir hotade eller avskedade så händer det att de hör av sig till Rena Kläder för att få stöd. Rena Kläder går då först till företaget som köper från fabriken och klagar för dem att de bör åtgärda situationen och säga åt sin leverantör att respektera arbetstagarnas rättigheter. Om företaget struntar i detta går Rena Kläder ut offentligt med uppgifterna och uppmanar allmänheten att skicka protestbrev till företaget. Blixtpropen leder ofta till snabba och konkreta förbättringar; t ex drevs kampanjen om Hamdanis återanställning, som vi tidigare berättade om, i form av ett blixtprop.

4. Påverka politiker

Stat, kommun och landsting köper mycket kläder till sjukhus, poliser, parkarbetare, militärer m m. Det är viktigt att även påverka politikerna att förstå att deras eget handlande spelar roll och ger signaler till oss medborgare. Det är viktigt att våra företrädare föregår med gott exempel, och det försöker Rena Kläder förmå dem att göra.

Rena Kläder vill att stat, kommun och landsting ska ställa krav på att mänskliga rättigheter respekteras i produktionen av de varor man köper in. I Europa finns det många städer som ställer krav på sina leverantörer av arbetskläder att varorna ska vara producerade under mänskliga förhållanden. En sådan stad är till exempel Amsterdam.

Det här kan du göra:

Det finns i princip inget klädföretag som kan garantera att deras kläder är producerade på ett schyst sätt. För en konsument som vill handla utan att bidra till missförhållanden blir det då svårt. Bojkott är inte att rekommendera, det leder bara till att klädarbetare blir arbetslösa. Men det finns ändå en hel del man kan göra.

Även ett klädföretag, måste tjäna pengar.

Därför säljer företag det konsumenterna vill köpa.

- /// Om kunderna efterfrågar ett bra pris, så får kunden ett bra pris.
- /// Om kunden efterfrågar bra kvalitet så ser företaget till att producera bra kvalitet.
- /// Om kunden efterfrågar en viss design då ser företaget till att ta fram produkter som ser ut så.

Slutsats: Vi måste också efterfråga kläder som är tillverkade under mänskliga förhållanden. Annars kommer vi aldrig att få det.

På Rena Kläders hemsida kan du:

- /// Beställa vykort som du kan skicka till företag.
- /// Skicka ett aktuellt blixtprop.
- /// Beställa vykort du som kan skicka till din kommun eller ditt landsting.

Gör så här:

1. Fråga

Fråga alltid när du handlar kläder under vilka omständigheter varorna är producerade. Du kanske inte alltid får ett svar eller så kanske svaret inte är tillfredsställande. Det gör ingenting, det är inte svaret utan frågan som är det viktiga. Företaget måste få veta att deras kunder vill ha kläder som är producerade under mänskliga förhållanden.

2. Skicka e-mejl

Kanske känns det lite pinsamt att fråga i butiken. Det går lika bra att skicka ett e-mejl eller ett brev direkt till företagets huvudkontor. Då får dessutom företagets ledning snabbare reda på att folk bryr sig. På det här sättet har många svenska företag insett att de måste ta tag i den här frågan.

3. Agera

Ibland händer saker snabbt. Klädarbetares rättigheter kränks varje dag. Om arbetare på en fabrik som försöker förbättra sin arbetssituation blir hotade eller trakasserade försöker vi hjälpa dem genom att få konsumenter att skicka protest e-mejl till företaget som producerar på fabriken. Genom att pressa på företaget från båda håll kan man få igenom snabba förändringar. Detta kallar Rena Kläder för ”blyxtupprop”. Gå in på www.renaker.org och gör en insats som märks omedelbart.

4. Tryck på dem som bestämmer

Påverka din kommun eller ditt landsting. Hur produceras sjukhuskläderna och andra arbetskläder som kommun och landsting köper in? Fråga dina lokalpolitiker! Går du på en skola kan du t.ex. börja med att titta på hur skoltröjorna eller skolbespingspersonalens uniformer är tillverkade.

Övningar

1) Jeansen – Vad är jag värd?

Inspirationsövning: Bör genomföras innan deltagarna hunnit läsa kapitlet.

Spelledare: Ja.

Tid: 60–180 minuter.

Syfte: Förstå vad som döljs bakom prislappen på ett par jeans, att det är många aktörer bakom.

Material: Ett par jeans, kopierade händelsekort.

1. Dela in deltagarna i fyra grupper.

2. Visa sedan ett par jeans och säg att de kostar 600 kr. Berätta att det finns många personer/aktörer inblandade i att du har dessa jeans idag i din hand. Bland annat finns "textilarbetaren Vinita" som syr jeansen, "Tara Factory" som är fabriken där jeansen tillverkas, ett märkesföretag "Benzin" som är ansvarigt för jeansens design och butiken "Proffit" i Sverige som säljer jeansen.

3. Varje grupp ska föreställa sig att de är någon av dessa aktörer med hjälp av beskrivning från händelsekort som du som spelledare delar ut. Sedan ska de fundera över vad de anser att just deras aktör är värd, dvs hur stor del av dessa 600 kr ska deras grupp ha?

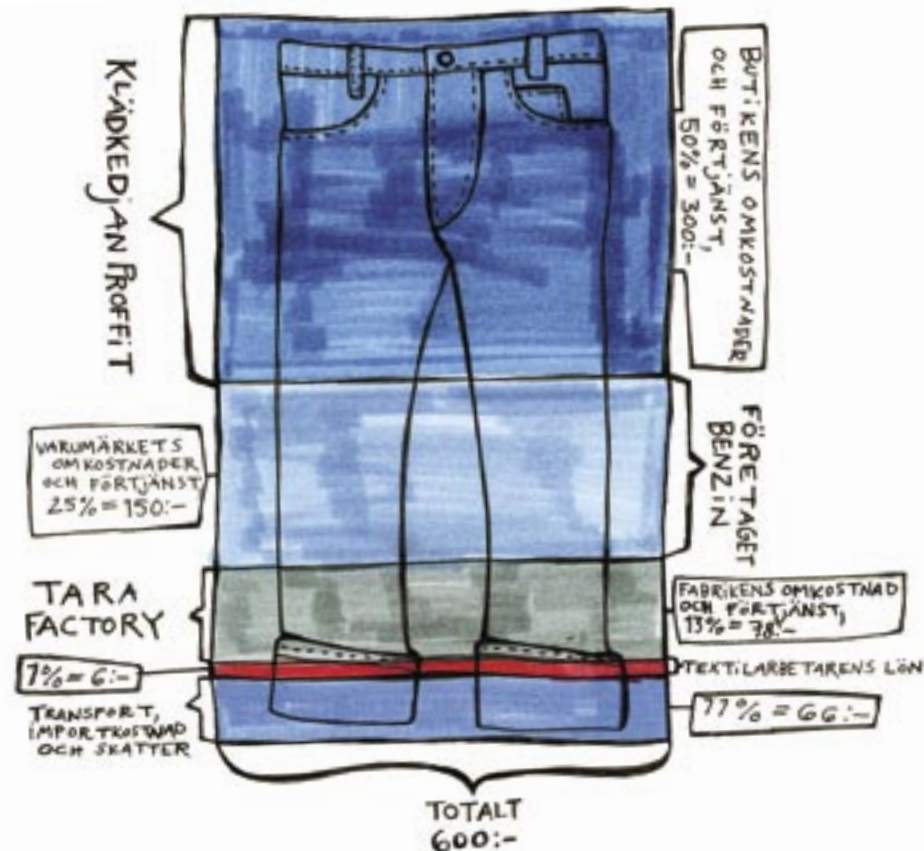
4. När deltagarna är klara, be dem läsa upp sina händelsekort för varandra, så att varje grupp vet vilka de andra aktörerna är.

5. Gör en tabell där ni fyller i hur mycket de respektive aktörerna fick av de 600 kronorna.

6. Ofta överstiger de fyra aktörernas önskingar den totala summan 600 kr. Detta måste lösas eftersom jeansen kostar endast 600 kr! Be dem lösa detta genom förhandling, dvs varje grupp får motivera varför den ska ha just sin mängd av pengakakan och sedan kompromissa sig fram till en lösning. Om totala summan ej överstiger 600 kr, gratulera dem till att de har haft tur.

7. Visa sedan ett verkligt exempel.

Av jeansens totala pris på 600 kronor, får:



8. Diskutera hur verkligheten stämde överens med de olika gruppernas förslag. Vad blev ni mest förvånade över? Vad tycker ni ska ändras och på vilket sätt? Hur kändes det att vara de olika aktörerna?

TIPS TILL SPELLEDAREN

Om deltagarna tycker det är svårt att veta vad man får för pengarna i Indien kan du ge några exempel. En lärare i Indien har ca 1 000 kr/månad och ett enkelt indiskt mål mat kostar ca 5 kr. Textilarbetares löner kan variera mycket, exempelvis får Vinita 6 kr per jeans, vilket blir 24 kr/dag dvs ca 500 kr/månad. I filmen "Vi handlar – Vem betalar?" utgiven av Fair Trade Center och Lotta Film 2002 får en textilarbetare 70 kr/månad (efter avdragen) dvs 2,34 kr att leva på per dag.

(På www.renklader.org finns fler exempel på olika löner.)

När du visar den verkliga fördelningen av de 600 kronorna på de olika aktörerna så tänk på att Vinitas lön är en del av Tara Factorys kostnader. Det totala priset för jeansen blir alltså 600 kr och inte 606 kr när du adderar i exemplet ovan. Tänk även på att de 11 procent för transport/import/skatt ej är med som en aktör. Påpeka att det också är en viktig del av de totala kostnaderna men att det var svårt att göra en aktör till spelet.

Källa: Denna övning är inspirerad av ett rollspel som använts i Studieförbundets rikskampanj "Vi handlar!"

HÄNDELSKORT

Tara Factory

Jeansen tillverkas i textilfabriken Tara Factory som ligger i industristaden Tiripur i södra Indien. I fabriken tillverkas märkesjeans till marknaden i Nord. I fabriken sysselsätts ca 200 arbetare som samtliga är kvinnor mellan 16 och 25 år.

Fabrikschefen håller just på att förhandla om en order på 10 000 jeans från det amerikanska företaget Benzin. Samtidigt som han känner sig pressad av arbetarnas klagomål över dåliga löner och dåliga arbetsförhållanden, känner han en stor oro för att ordern ska gå till fabriken tvärs över gatan om Tara Factory inte kan erbjuda samma låga priser som förra året. Dessutom vet han att

grannlandet nyligen börjat tillverka jeans till mycket låga priser och känner oro för att ordern går dit istället.

Tänk på att fabriken även har omkostnader i form av underhåll av fabriken, löner och inköp av material.

/// Hur stor del av de 600 kronorna för jeansen tycker ni ska gå till Tara Factory?

Företaget Benzin

Företaget Benzin från USA är världsledande på jeans. Märket Benzin säljs över hela världen och i Sverige är det butikskedjan Proffit som har ensamrätt på detta varumärke.

Företaget Benzin lägger varje år ner stora summor pengar på reklam och marknadsföring av sitt varumärke. Det är inte ovanligt att kändisar ställer upp i reklamkampanjer mot skyhögt ersättning.

/// Hur stor del av de 600 kronorna för jeansen tycker ni ska gå till företaget Benzin?

Klädkedjan Proffit

Klädkedjan Proffit har sitt huvudkontor i Stockholm och leds av en grupp personer, den sk företagsledningen. Företaget har ca 200 butiker runt om i Norden, bl a i de större städerna på välkända affärsgator som Drottninggatan i Stockholm och Ströget i Köpenhamn.

Företaget säljer moderiktiga kläder av god kvalitet, främst till ungdomar. Proffit ägs av ett antal aktieägare och ledningen vill se till att dessa får god utdelning. Samtidigt brottas man med ökande utgifter för hyror och löner, höga skattekostnader och högre inköpspriser.

/// Hur stor del av de 600 kronorna för jeansen tycker ni ska gå till Proffit?

Textilarbetaren Vinita

Jeansen tillverkas i textilfabriken Tara Factory som ligger i industristaden Tiripur i sÅdra Indien. DÅr arbetar Vinita, en 24-Årig indisk kvinna, som År gift och har tre barn.

ArbetsfÅrhÅllandena fÅr de anstÅllda, som samliga År unga kvinnor, År usla. Fabriken År gammal och sliten och arbetstiden År lÅng, tolv timmar per dag, sex dagar i veckan. Rasterna År korta och sÅllsynta. Luften i fabriken År het och full av bomullsdamm och ventilation saknas. Vinita År trots sin lÅga Ålder nÅstan utsliten av det hÅrda arbetet. BÅde hon och hennes man arbetar nÅstan varje dag, men ÅndÅ rÅcker pengarna knappt till mat och hyra.

Under en genomsnittlig arbetsdag produceras det i genomsnitt 4 par jeans per arbetare i fabriken.

- /// Hur stor del av de 600 kronorna fÅr jeansen tycker ni ska gÅ till textilarbetaren Vinita?

2) TrÅjan

Syfte: Bli medveten som konsument om vilken information butiker kan ge dig om de varor de sÅljer samt att Åva pÅ att utfÅra en intervju.

Tid: 120 minuter–nÅgra dagar.

INSTRUKTIONER

1. Deltagarna delas in i mindre grupper. Titta pÅ lappen i kragen pÅ de trÅjor ni har pÅ er. StÅr det dÅr ett tillverkningsland, vilket? VÅlj en av gruppmedlemmarnas trÅjor och fortsÅtt med att ta reda pÅ mer om var och framfÅrallt hur trÅjan har tillverkats.

2. Ta reda pÅ mer om trÅjan genom att besÅka den affÅr trÅjan År kÅpt i och stÅll frÅgor ni vill ha svar pÅ. Ring gÅrna till butiken innan och frÅga nÅr de har tid. StÅll gÅrna frÅgor till bÅde en expedit och en butiksansvarig. TÅnk i fÅrvÅg igenom frÅgor ni vill stÅlla till butiken. Om ni kÅr fast sÅ finns hÅr nedan exempel:

- /// Var År trÅjan tillverkad? Var tillverkas de flesta av de klÅder som ni sÅljer?
- /// Vem Åger fabriken som syr trÅjan?
- /// Hur ser fÅrhÅllandena ut dÅr klÅderna tillverkas? Vilka lÅner har de anstÅllda?
- /// Hur lÅnga arbetsdagar har de anstÅllda som syr trÅjan?
- /// FÅr de organisera sig fackligt?
- /// Var kommer materialet (bomull, polyester osv) ifrÅn?
- /// Hur ser fÅrhÅllandena ut dÅr materialet kommer ifrÅn, dvs hos underleverantÅrerna?
- /// Tycker du (expedit och/eller butiksansvarig) att det År ert ansvar att kÅnna till sÅdana fakta och att verka fÅr en eventuell fÅrbÅttring?
- /// FrÅga om butiken (eller klÅd kedjan som butiken tillhÅr) har nÅgra etiska riktlinjer sk "codes of conduct" och/eller en miljÅpolicy. Kan ni fÅ en kopia av dessa?
- /// Om de har det, hur mycket kÅnner du (expedit och/eller butiksansvarig) till om dem?
- /// FÅljer leverantÅrerna/fabrikerna de etiska riktlinjerna och miljÅpolicyn i de lÅnder dÅr trÅjan tillverkas?

UPPFÅLJNING

- /// Vad fick ni fÅr svar? Var det nÅgra frÅgor ni inte fick svar pÅ?
- /// Hur kan du som konsument fÅ veta att trÅjan År framstÅlld pÅ ett etiskt och/eller ett miljÅmÅssigt godtagbart sÅtt?
- /// Tycker du att butiken har ett politiskt och socialt ansvar? Vem har det? Se Åven Åvning "Vems ansvar?" i kapitel 4.

REDOVISNING

Ni kan sedan redovisa era intervjuer t ex i form av en pÅhitad TV-debatt, dÅr varje grupps butik År representerad och en TV-publik deltar i diskussionen. Ni kan Åven bjuda in gÅster till debatten.

FÖRDJUPNING

Studera etiska riktlinjer och miljöpolicydokument från ”er” butik eller något annat företag som intresserar er. Vad står det och vad innebär det? Hur efterföljs reglerna? Ta gärna hjälp av Fair Trade Center (www.fairtradecenter.se), SwedWatch (www.swedwatch.org) och nätverket Rena Kläder (www.renaker.org) för mer information.

KÄLLOR OCH LÄS MER

- /// Carlström, Carina: ”Världen i din ficka: Fattiga sömmerskor och rika företag”. Federtivs, 2002.*
- /// Filmer: ”Vi handlar – vem betalar” och ”Rapport från tomtens verkstad”, båda går att beställa via Fair Trade Centers hemsida www.fairtradecenter.se.*
- /// Information om kampen för fackliga rättigheter vid fabriker i Indonesien: www.cleanclothes.org/companies.*
- /// Lindström, Sverker: ”Gränslösa kläder”, Atlas 2004.*
- /// Rapport: ”Play Fair at the Olympics”, går att ladda ner på svenska från Rena Klädernas hemsida www.renaker.org.*