

Bedrijven moeten verantwoordelijkheid nemen voor internationale productieketen



Jelle van Baardewijk is lector bedrijfs-ethiek aan Hogeschool Rotterdam en filosoof aan de Vrije Universiteit.

Microsoft is samen met Apple, Google, Dell en Tesla aangeklaagd voor betrokkenheid bij kinderarbeid in kobaltmijnen in Congo. De kinderen zouden geen andere keus hebben dan in mensonterende omstandigheden te werken voor onder meer onze smartphones. Van mode tot auto's, van chocolade tot wijn, eigenlijk staat er achter iedere internationale productieketen wel een moreel vraagteken. Mocht het tot een veroordeling komen, dan worden de bedrijven gedwongen hun productie anders te organiseren. Waarom doen ze dat niet nu al op eigen initiatief? En hoe zorgen we ervoor dat bedrijven verantwoordelijkheid nemen voor hun gehele internationale productieketen?

Onlangs las ik *Jacques van Marken, de eerste sociaal ondernemer van Nederland* van biograaf Jan van der Mast. De grondlegger van DSM en Calvé kenschetst hij als een man die aan het eind van de negentiende eeuw een personeelsbeleid voerde waarmee hij zijn tijd decennia vooruit was. Deze entrepreneur was niet zonder zonden, maar vergeleken met hedendaagse ceo's was hij buitengewoon actief in het opkomen voor de belangen van arbeiders. Hij was een aartsvader van het welvaartskapitalisme in Nederland en kan zich meten aan ondernemers als Willem Hovy en Anton Philips.

Al lezend vroeg ik mij af waarom deze mentaliteit verloren is gegaan in een welvarend land als het onze en in het Westen in het algemeen. De oorzaak hiervan ligt goeddeels in het nauwe economische paradigma dat onderwezen wordt aan universiteiten en hogescholen, en dat Milton Friedman in de jaren tachtig scherp verwoordde: het doel van een bedrijf is winst, het doel van politiek is politiek.

Nog twee voorbeelden: In 2013 opende Volkswagen een fabriek in Xinjiang, China. Ook toen al was duidelijk dat China een politiestaat is die het zeker in die regio, waar Oeigoeren wonen, niet zo nauw neemt met de mensenrechten. Volkswagen maakte deze keuze ondanks dat Google in 2009 nog besloten had om China te verlaten vanwege de politieke censuur. Tien jaar later is de onderdrukking in China nog groter en experimenteert Google toch weer met speciale Chinese producten. De markt van potentiële consumenten is voor Google enorm en economisch te aantrekkelijk om te negeren.

Met hun nieuwe producten kun je helaas niet googelen op termen als 'de-



FOTO: REUTERS

mocratie' of 'arbeidstijden'. Wij in het Westen weten wel wat er aan de hand is en kunnen het nepnieuws van de Chinezen weerspreken. Doen we dat eigenlijk wel voldoende? Voor Jacques van Marken zou het antwoord duidelijk nee zijn.

Nu zullen sommigen beargumenteren dat wie tegen Microsoft, Google of Volkswagen een morele vinger heft, niet begrijpt hoe de wereld werkt. Dankzij hun pionierswerk zal ook in China een middenklasse ontstaan die op den duur vanzelf een liberale rechtsstaat zal optuigen waarin ook de rechten van werknemers zijn geborgd. In de bedrijfsethiek noemen we dit het 'vuile handen-dilemma': soms moet je nu eenmaal iets doen wat niet door de beugel kan, omwille van een hoger doel. Volkswagen kan vertrekken uit China, maar dan hebben de vrije Oeigoeren helemaal geen werk en welvaart. Microsoft kan wel eisen dat de mijnbouw fatsoeneert, maar dat vereist enorme investeringen en controle.

Deze argumentatie leunt zwaar op het geloof dat economische vooruitgang altijd tot een liberale rechtsstaat leidt — de *doux commerce* thesis. Of dit echt gebeurt, is maar zeer de vraag. Het Chinese techbedrijf Huawei floreert uitstekend in

de autoritaire context van China en illustreert dat kapitalisme weleens beter zou kunnen werken zonder democratie en middenklasse dan mét. Hier wordt eens te meer zichtbaar hoezeer het westerse geloof in de waarde van het individu en zijn vrijheid een eenmalige traditie is die buiten Europa niet dezelfde vanzelfsprekendheid heeft. Al zijn er gelukkig bedrijven die dergelijke vanzelfsprekendheid wel commercieel weten te vertalen: Tony's Chocolonely, Fairphone en Triodos. Dat zijn echter uitzonderingen op de regel.

Jacques van Marken leefde eind negentiende eeuw en civiliseerde zijn productieketen, destijds de 'sociale kwestie' geheten. Daarbij maakte hij vuile handen, smerige zelfs, maar wist hij als ceo ook zijn medewerkers bij de hand te nemen en ze moreel de weg te wijzen.

Mijn studenten lezen dit jaar over zijn politieke leiderschap: honderden pagina's over de relatie tussen moraal en ondernemerschap. Zouden studenten over honderd jaar ook horen van de hedendaagse ceo's, omdat hun internationale productieketen van wijn, chocolade, koffie en smartphones het leven in die herkomstlanden definitief verbeterden?

Met Google's nieuwe producten kun je helaas niet zoeken op termen als 'democratie'