

‘China neemt vooral retoriek van verantwoord ondernemen over’

Peking propageert al jaren maatschappelijk verantwoord ondernemen (mvo). In de praktijk blijft dat volgens Frost vooral beperkt tot exporterende fabrieken. Door Fokke Obbema

Wijdverbreide corruptie, enorme milieuvervuiling en belabberde werkomstandigheden in fabrieken – om in China ‘maatschappelijk verantwoord ondernemen’ (mvo) te propageren, is engelengeduld een eerste vereiste. De Australische hoogleraar Stephen Frost (49) richtte zeven jaar geleden een adviesorganisatie op, CSR Asia, voor zowel Chinese ondernemingen als westerse bedrijven in China.

Op dat moment omarmde de Chinese regering het begrip. Een Chinese krant bombardeerde 2005 zelfs tot ‘mvo-jaar’. Zes jaar later hebben heel wat hoogopgeleide Chinezen in de grote steden van het begrip gehoord. Op ministeries en in de financiële wereld zijn experts werkzaam die net zozeer op de hoogte zijn van mvo als hun westerse collega's. Maar in de Chinese praktijk blijft maatschappelijk verantwoord ondernemen uiterst weerbarstig.

Is maatschappelijk verantwoord ondernemen voor Chinese bedrijven niet net zo'n lastig onderwerp als mensenrechten voor de Chinese regering?

‘Ha, ja, ik begrijp de vergelijking. Maar het verschil is dat mensenrechten een internationaal gevoelig onderwerp zijn, waarbij de Chinese regering het gevoel heeft voortdurend door de buitenwereld de maat te worden genomen. Ze zien ook niet hoe ze die discussie naar hun hand kunnen zetten. Terwijl ze verantwoord ondernemen kunnen koppelen aan hun streven naar ‘sociale harmonie’.

‘Dat begrip omvat allerlei beleid dat erop is gericht de kloof tussen arm en rijk niet te groot te laten worden. Want anders ontstaat er polarisatie en onrust, iets wat ze boven alles willen voorkomen. Dus passen zaken als het verbeteren van werkomstandigheden en het tegengaan van milieuvervuiling in beginsel goed in hun agenda.’

Zien Chinese bedrijven het niet als een truc van het Westen om hen op kosten te jagen? Het gaat hun toch alleen om marktaandeel en winstmarge?

‘In bepaalde kringen was dat een jaar of zeven geleden zeker het gevoel, en voor een deel ook nu nog. Maatschappelijk verantwoord ondernemen als ‘de wolf aan de deur’ – het beeld dat de Amerikanen en de Duitsers zo proberen de Chinese concurrentiekracht te ondermijnen.

‘Een andere stroming was juist overmatig enthousiast en dacht dat maatschappelijk verantwoorde producten een ticket naar exportsucces zou zijn. Beide extremen, wolf en ticket, kloppen niet. Inmiddels is het begrip wel geaccepteerd, omdat de Chinese regering zich er achter heeft gesteld. De term is politiek correct geworden.’

Er valt van alles onder – wat is de Chinese uitleg ervan?

‘Het grote probleem is dat de regering daar zelf geen duidelijk idee van heeft. Dat maakt het voor bedrij-

ven erg lastig. Staatsbedrijven moeten een mvo-jaarverslag maken, maar ze hebben geen idee wat daar precies in moet. Uit onderzoek blijkt dat 95 procent ervan niet deugt, omdat de inhoud niet valt te verifiëren. Transparantie is voor bedrijven een groot probleem. Alle bedrijfsinformatie is geheim uit vrees voor concurrenten.

‘Een ander obstakel is dat de Chinese staat zijn eigen wetten niet afdwingt. Dat je rivieren niet moet vervuilen, werknemers voor overwerk moet betalen en niet corrupt mag zijn, het staat allemaal in wetgeving. Maar het wordt niet afdwongen. Door mvo te propageren, wordt dat nogmaals van bedrijven gevraagd, alleen dan op basis van vrijwilligheid. Maar hoe serieus is dat als je de naleving van je wetten niet eens afdwingt? Daar zou de regering mee moeten beginnen. Tot nu toe is eigenlijk vooral de retoriek overgenomen.’

Kunnen westerse bedrijven in China niet het voortouw nemen?

‘Daar is deels de hoop op gevestigd. Westerse bedrijven zetten druk op hun toeleveranciers, omdat ze willen dat hun producten verantwoord worden gemaakt. Dat is goed, maar raakt slechts een beperkt deel van het Chinese bedrijfsleven, namelijk de exportgerichte industrie. Wie puur voor de binnenlandse markt werkt, merkt er niks van.

‘Westerse multinationals moeten sowieso aan een hogere standaard voldoen dan Chinese bedrijven. De middenklasse-consumenten redeneren: we betalen extra voor die buitenlandse producten, dus dat betekent meer winst voor hen, dan moet het ook echt in orde zijn. Dat is het stilzwijgende contract. Als dat wordt verbroken, worden ze woedend.

‘Bedrijven als McDonald's, Nike en Apple hebben stormen van kritiek op het Chinese internet over zich

“

Probleem is dat China eigen wetten niet afdwingt

Stephen Frost
Oprichter CSR Asia

Foto
Klaas Jan van der Weij



heen gekregen, toen de indruk ontstond dat ze zich niet keurig gedroegen. Recentelijk kreeg Apple ervan langs, omdat er zware metalen in het water zouden zijn terechtgekomen. Interessant was dat het een Chinese pressiegroep was, die de affaire in gang zette. Dat is echt iets nieuws.’

Hoe groot is voor zo'n pressiegroep de stap naar het kritiseren van Chinese bedrijven?



Athlet Li Ning tijdens de openingsceremonie van de Olympische Spelen van 2008. Li Ning is eigenaar van een groot bedrijf in sportschoenen. Frost: ‘Ik wacht op de dag dat hij op de korrel wordt genomen.’ Foto Reuters

‘Dat is nog echt een grote stap. Kritiek leveren op Apple is een *no-brainer*: een heel bekend Amerikaans bedrijf dat veel aan China verdient én er het milieu verknaakt, dat scoort. Maar op Chinese bedrijven zijn ze nog lang niet zo kritisch. Deels omdat de verwachtingen laag zijn – wat kun je verwachten, is de houding.

‘Ik wacht op de dag dat de Chinese tegenhanger van Nike, Li Ning, op de korrel wordt genomen. Nike ligt al een kwart eeuw onder vuur van

westerse pressiegroepen. Maar niemand vraagt Li Ning, die bezig is uit te groeien tot een wereldmerk, hoe hij zijn schoenen laat maken. De man is een voormalige topatleet en een held in China. Voor westerse pressiegroepen is hij niet interessant, omdat niemand hem kent.

‘Voorlopig blijft het een van de grote verschillen tussen China en Europa dat er in Europa actiegroepen zijn die stelselmatig claims van bedrijven tegen het licht houden. Als een

CV Stephen Frost

- 1961 Geboren in Three Springs, Australië
- 1990 Geschiedenisstudie afgerond
- 2000 Aziatische studies, gepromoveerd
- 2000 Asia Monitor Resource Centre, een pressiegroep op het gebied van arbeidsrecht in Hong Kong
- 2002 Onderzoeker en docent City University of Hong Kong
- 2004 Mede-oprichter CSR Asia
- 2005 Introduceert maatschappelijk verantwoord ondernemen als studierichting aan Sun Yat-sen University in Guangzhou (China).

Europese onderneming een omkopingsverbod als norm heeft en een journalist heeft enig bewijs van corruptie, dan is dat desastreus voor het bedrijfsimago. Maar in China kan een bedrijf heel goed zo'n gedragscode combineren met corrupte relaties. Zelfs met de ambtenaren die toezicht op hen moeten houden.’

Wat is uw balans van tien jaar mvo-strijd in China?

‘De werkomstandigheden in grote fabrieken die aan westerse multinationals leveren, zijn in ieder geval drastisch verbeterd ten opzichte van begin jaren negentig toen Levi's de eerste gedragscode voor China opstelde. Maar in de afgelopen tien jaar hebben de westerse merken de Chinese fabrieken steeds meer in de tang genomen. Ze vragen hun Chinese leveranciers uitgaven te doen voor maatschappelijk verantwoord produceren. Tegelijkertijd zijn ze jaar in jaar uit bezig zo veel mogelijk de prijs van hun producten te drukken en dus de winstmarge voor de Chinezen te verkleinen.

‘Publiek zeggen westerse bedrijven dat ze maatschappelijk verantwoord ondernemen zo belangrijk vinden, privaat geven ze het tegenovergestelde signaal door de prijs te willen drukken. Chinese toeleveranciers krijgen daardoor de indruk dat westerse bedrijven mvo ook weer niet zo belangrijk vinden. Kennelijk willen ze er niet voor betalen. Want ook als je als Chinees bedrijf de mvo-uitgaven wel doet, wordt er prijsdruk uitgeoefend. Het is geen duurzaam zakelijk model.’

Lijken westerse ondernemingen in dat opzicht niet op de Chinese regering? Die geeft een vergelijkbaar dubbel signaal: mvo is belangrijk, maar de naleving wordt niet afdwongen.

‘Absoluut! Dat zeg ik al jaren. Waar Nike bij zijn toeleveranciers op stuit, is ook waar de Chinese regering mee worstelt. Zorg eerst dat bedrijven zich aan mvo-normen kunnen houden.

‘Wat de balans tot dusver betreft: er is vooruitgang, vooral in de exportgerelateerde fabrieken, maar veel fabrieken zijn nog levensgevaarlijk. Over de gehele linie zie je wel dat er veel meer over het onderwerp wordt nagedacht. Op mijn goede dagen denk ik dat we flink zijn opgeschoten. Maar er is nog een heel lange weg te gaan.’