

# **Fatta modet och säg ifrån!**

**- Medvetna val skapar förändring**



*Copyright: Fair Monkey*

## **A. PROBLEM INOM TEXTILINDUSTRIN**

Kläder som du hittar på galgarna i butiker i Sverige har oftast färdats en lång väg för att hamna här hos oss. Ett klädesplaggs resa från råmaterial till färdig produkt är ofta lång och svår att följa. Ofta utvinns råvaran i ett land, tyget vävs i ett annat och färgning, tillklippning och sömnad sker i ett tredje eller fjärde land.

De flesta kläder på den svenska marknaden kommer från Asien. Här är den största exportören idag Kina, men även i länder som Bangladesh, Indien och Kambodja sker en betydande export av kläder till oss i västvärlden. Flertalet av textilarbetarna i världen är kvinnor.

Vardagen för en arbetare som arbetar i textilindustrin är ofta väldigt hård. Man har svårt att få livet att gå ihop då lönen är låg och anställningarna osäkra. Ofta upplever arbetare att deras rättigheter kränks. De utsätts för sexuella trakasserier och lönen de får går inte att leva på, det händer att de får arbeta upp till 18 timmar om dygnet, 7 dagar i veckan. När de försöker påverka de dåliga arbetsvillkoren blir de ofta trakasserad och ibland till och med avskedad. Att organisera sig fackligt är svårt och ibland förenat med livsfara.

## **B. WFTO MÖJLIGGÖR EN STOR SKILLNAD FÖR TEXTILPRODUCENTER I SYD**

Alla medlemmar i WFTO (World Fair Trade Organisation) följer deras 10 principer för rättvis handel. Principerna är:

1. Skapa möjligheter för marginaliserade producenter genom att stötta de fattigaste producentgrupperna.
2. Öppenhet i organisationens struktur och i alla aktiviteter samt en utvecklande dialog mellan alla aktörer inom den Rättvisa Handeln vad gäller produkter och marknadsföring.
3. Kapacitetsbyggande – stöd till produktutveckling, export och marknadstillträde för producenter.
4. Sprida information, utbilda och genomföra kampanjer för att utbilda och upplysa om Rättvis Handel.
5. Betalning av ett rättvist pris till producenterna.
6. Jämställdhet, ingen diskriminering och rätt till kollektiv organisering.
7. Goda arbetsförhållanden – se till att producenterna jobbar i en hälsosam och säker miljö.
8. Inget utnyttjande av barn i arbetet – se till att FN:s barnkonvention följs.
9. Miljö - aktivt verka för att göra verksamheter och produktion mer miljövänlig.
10. Långsiktiga handelsförbindelser som baseras på solidaritet, förtroende och ömsesidig respekt och som bidrar till stöd och tillväxt för Rättvis Handel



### C. FAIR MONKEY – EN FÖRENING SOM STÅR UPP FÖR SINA PRINCIPER

Den ekonomiska föreningen Fair Monkey har *fattat modet* och sagt ifrån. De tolererar inte oschyssta villkor i sin textil-produktion. Fair Monkey är medlemmar i WFTO.

Fair Monkey är ett litet svenskt kooperativ som importerar textilier direkt från Guatemala. I sitt samarbete med flera kvinnokooperativ i Guatemala försöker de förbättra och stödja mayakvinnornas möjlighet till ekonomisk försörjning och ett värdigare liv, genom rättvis handel. I sitt arbete för rättvis handel följer Fair Monkey WFTO:s 10 principer för rättvis handel.



Varorna är helt förädlade i Guatemala, det vill säga att **hela** tillverkningsprocessen fram till den färdiga varan sker hos kooperativen. Det genererar mer inkomster än om varorna hade sytts klart någon annanstans, som t.ex. i Asien. Mayakvinnornas hantverk kännetecknas av fantastiska färger, avancerade mönster och hög kvalitet. Textilierna vävs för hand på midjevävar och mönstren plockas in i väven med en teknik som först vidare från mor till dotter genom generationerna. Mayagudinnan Ixchel, väverskornas beskyddare, vakar över mayakvinnornas midjevävar sen urminnes tider.



När Fair Monkey inte är i Guatemala, finns de i södra Halland på sitt kontor i Våxtorp. De arbetar bland annat genom att hålla föredrag och göra personliga besök hos organisationer och affärer. Fair Monkey vill gärna uppmärksamma mayakvinnornas situation och vad den rättvisa handeln betyder för dem.

En av deras framtidsvisioner är att några av mayakvinnorna ska ha möjlighet att besöka Sverige och hålla föredrag och berätta om sitt hantverk själva, med egna ord.

**Källa och Copyright: [www.fairmonkey.se](http://www.fairmonkey.se)**

## D. ÖVNINGAR TEMA TEXTIL

### 1. JEANSEN – VAD ÄR JAG VÄRD?

**Spelledare:** Ja.

**Tid:** 60–180 minuter.

**Syfte:** Förstå vad som döljs bakom prislappen på ett par jeans (många aktörer bakom).

**Material:** Ett par jeans, kopierade händelsekort.

#### **Genomförande:**

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 era 600 kr.
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. (Se bild nedan)
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?

Av jeansens totala pris på 600 kronor, får:

**Klädkedjan Proffit:**  
Butikens omkostnader och förtjänst:  
50 % = 300 kr

**Företaget Benxin:**  
Varumärkets omkostnader och förtjänster: 25 % = 150 kr

**Tara Factory:**  
Fabrikens omkostnader och förtjänst:  
13 % = 78 kr

**Textilarbetarens lön:**  
1 % = 6 kr

**Transport, importkostnad och skatter:**  
11 % = 66 kr  
= 600 kr totalt!

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. 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.



## 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 s.k. 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 södra Indien. Där arbetar Vinita, en 24-årig indisk kvinna, som är gift och har tre barn. Arbetsförhållandena för de anställda, som samtliga är unga kvinnor, är usla. Fabriken är gammal och sliten och arbetstiden är lång, tolv timmar per dag, sex dagar i veckan. Rasterna är korta och sällsynta. Luften i fabriken är het och full av bomullsdamm och ventilation saknas. Vinita är trots sin låga ålder nästan utsliten av det hårda arbetet. Både hon och hennes man arbetar nästan varje dag, men ändå räcker 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 för jeansen tycker ni ska gå till textilarbetaren Vinita?



## 2. TRÖJAN

**Syfte:** Bli medveten som konsument om vilken information butiker kan ge dig om de varor de säljer samt att öva på att utföra en intervju.

**Tid:** 120 minuter–några dagar.

### Instruktioner

**1.** Deltagarna delas in i mindre grupper. Titta på lappen i kragen på de tröjor ni har på er. Står det där ett tillverkningsland, vilket? Välj en av gruppmedlemmarnas tröjor och fortsätt med att ta reda på mer om var och framförallt hur tröjan har tillverkats.

**2.** Ta reda på mer om tröjan genom att besöka den affär tröjan är köpt i och ställ frågor ni vill ha svar på. Ring gärna till butiken innan och fråga när de har tid. Ställ gärna frågor till både en expedit och en butiksansvarig. Tänk i förväg igenom frågor ni vill ställa till butiken. Om ni kör fast så finns här nedan exempel:

- Var är tröjan tillverkad? Var tillverkas de flesta av de kläder som ni säljer?
- Vem äger fabriken som syr tröjan?
- Hur ser förhållandena ut där kläderna tillverkas? Vilka löner har de anställda?
- Hur långa arbetsdagar har de anställda som syr tröjan?
- Får de organisera sig fackligt?
- Var kommer materialet (bomull, polyester osv.) ifrån?
- Hur ser förhållandena ut där materialet kommer ifrån, dvs. hos underleverantörerna?
- Tycker du (expedit och/eller butiksansvarig) att det är ert ansvar att känna till sådana fakta och att verka för en eventuell förbättring?
- Fråga om butiken (eller klädkedjan som butiken tillhör) har några etiska riktlinjer s.k. "codes of conduct" och/eller en miljöpolicy. Kan ni få en kopia av dessa?
- Om de har det, hur mycket känner du (expedit och/eller butiksansvarig) till om dem?
- Följer leverantörerna/fabrikerna de etiska riktlinjerna och miljöpolicyen i de länder där tröjan tillverkas?

### Uppföljning

- o Vad fick ni för svar? Var det några frågor ni inte fick svar på?
- o Hur kan du som konsument få veta att tröjan är framställd på ett etiskt och/eller ett miljömässigt godtagbart sätt?
- o Tycker du att butiken har ett politiskt och socialt ansvar? Vem har det?

### Redovisning

Ni kan sedan redovisa era intervjuer t ex i form av en påhittad TV-debatt, där varje grupps butik är representerad och en TV-publik deltar i diskussionen. Ni kan även bjuda in gäster till debatten.