

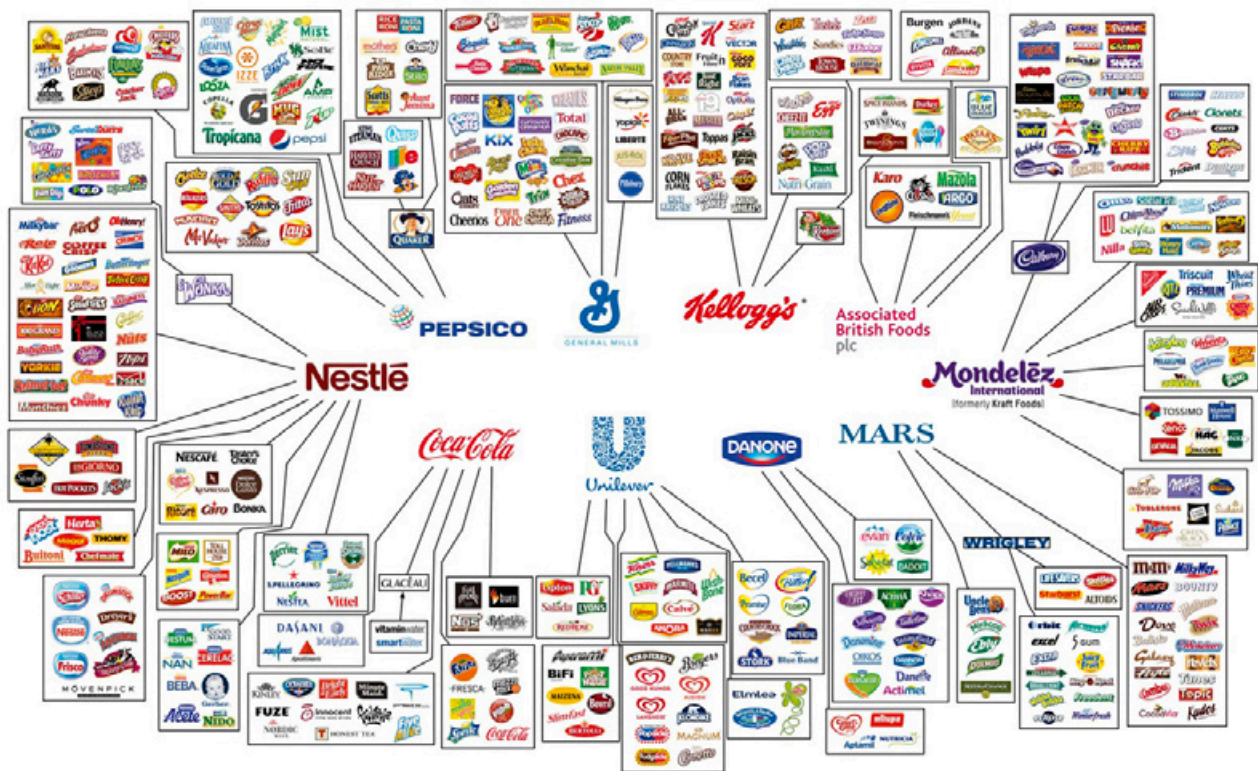
MULTINATIONALS



WAT ZIJN MULTINATIONALS?

Multinationals zijn privéondernemingen die productie- of dienstenactiviteiten controleren buiten (en in) het land waar ze hun hoofdzetel (of moederbedrijf) hebben. De lijst van multinationals is lang. Ze bevinden zich in elke mogelijke sector, zijn in verschillende landen actief en halen minstens 50% van hun omzet in het buitenland. Volgens de definitie van de Verenigde Naties, spreekt men over een multinational wanneer een bedrijf controle heeft over één buitenlands filiaal. Een multinational kan producten exporteren via een buitenlands filiaal of produceren buiten de eigen landgrenzen, zoals bijvoorbeeld Google, Nestlé, Shell, Ab Inbev, Bayer, Monsanto ..

Door de mondiale aanwezigheid heeft een multinational meer macht en keuzevrijheid: het kiest zelf de locatie van haar vestigingen, de bevoorrading, de financiering, de aanwervingen en de afzetgebieden. Beslissingen worden genomen nadat de kosten-baten van elke mogelijke nationale oplossing geanalyseerd is. Dankzij de internationale aanwezigheid is de beslissingsmacht groter dan die van ondernemingen die in één land actief zijn.



Als je gaat winkelen, lijkt het alsof je de keuze hebt uit enorm veel merken. Stond je er echter al eens bij stil dat die verschillende merken eigendom zijn van slechts enkele multinationals?

Sinds het neoliberalisme van de jaren 80 wordt het kapitalisme als grootste economisch systeem doorgevoerd. Kapitalisme kenmerkt zich door de **vrije markt**, waar normen en wetten als hinderlijk worden gezien. Dit uit zich ook in de tendens van regeringen die zich focussen op economische groei. In de hoop dat de markt zichzelf reguleert, gaan ze meer privatiseren, liberaliseren en bezuinigen. Dit is de ideale bouwgrond voor multinationals. De vrije markt werd altijd verdedigd omwille van de stimulans van het trickle-down effect, waarbij rijken meer rijkdom vergaren en die rijkdom vervolgens doorstroomt naar de armeren. Echter, de ongelijkheid neemt wereldwijd toe en omdat multinationals zich focussen op winst, wordt er geen rekening gehouden met klimaatverandering of waardigheid van mensen.



HOE WERKEN MULTINATIONALS?

Om hun aandeelhouders tevreden te houden, proberen multinationals **zoveel mogelijk winst** te maken. Dat kan op verschillende manieren.

Een merk moet altijd aanwezig zijn in het hart en in de geest van de consument en kan zich niet veroorloven om vergeten te worden. Daarvoor gebruiken multinationals vaak **publiciteit** via reclameboodschappen op straat, radio, televisie, internet,... Via publiciteit en sponsoring krijgen bedrijven meer grip op het publieke leven en denken. Denk aan de sponsoring van sportwedstrijden of cultuurevenement. Sommige reclametechnieken vallen onder de noemer **greenwashing**: aan de hand van bepaalde acties zoals sponsoring of publiciteit probeert een bedrijf zich groener of maatschappelijk verantwoord voor te doen dan ze daadwerkelijk is. Zo veranderde [McDonalds](#) zijn logo in Europa van rood naar groen, om een ecologischer imago te krijgen. En was [BNP Paribas](#) sponsor van een filmfestival met als thema klimaat.

Wanneer een bedrijf de arbeid te duur of de wetgeving te streng vindt, kan het **delokaliseren**. Het verhuist haar economische activiteiten naar een ander land of regio. Werknemers in de nieuwe vestiging werken veelal in precare of zelfs mensonterende arbeidsomstandigheden. Delokaliseren gaat gepaard met fabriekssluitingen en herstructureringen met grote ontslaggolven in het oorspronkelijke land. Delokalisatie heeft ook in België een enorme impact (gehad) op de werknemers en de lokale economie: Ford Genk, VW Vorst, Phillips Turnhout, Arcelor Mittal, ..

Veel bedrijven besteden (een deel van) hun productie uit aan andere ondernemingen. Ze werken dus in **onderaanneming**. Dit doet een bedrijf omdat het niet de capaciteit of de middelen heeft om het ganse productieproces om te volgen, maar ook om de kosten te drukken. In de praktijk zoeken multinationals verschillende onderaannemers, die ze onderling laten beconcurreren. De multinationals zetten hun onderaannemers onder druk om de productiekosten te beperken, eisen goedkope leveringen binnen onrealistische leveringstermijnen en dreigen ermee de overeenkomsten met fabrieken die niet aan die eisen voldoen, op te zeggen. Zo zijn de lokale fabrieken verplicht zelf te snoeien in de lonen en de arbeidsomstandigheden aan banden te leggen. Gevolg? Arbeiders werken vaak in schrijnende toestanden en multinationals ontlopen hun verantwoordelijkheid voor sociale en milieuproblemen. In België werden o.a. [Quick](#) en Carestel aangeklaagd voor de uitbuiting van schoonmaakpersoneel met wie ze via onderaanneming werkten. De wereldwijde mode-industrie staat er ook voor bekend met onderaannemingen te werken, en dat met vaak desastreuze situaties tot gevolg.



Op 24 april 2013 kwam meer dan 1 100 textielarbeiders om het leven bij de instorting van de textielfabriek [Rana Plaza](#) in Bangladesh. Het is de op één na zwaarste industriële ramp ooit. De arbeiders werkten in slechte omstandigheden en maakten kledij voor o.a. Benetton, Mango, Primark en Inditex (Zara, Massimo Dutti, Bershka,...).

Door **nieuwe markten wereldwijd** te openen, vergroten multinationals hun winst. Denk maar aan [Mc Donalds](#) die na het veroveren van de VS in de 120 landen aanwezig is. Sommige bedrijven krijgen ingang tot nieuwe markten door te **fusioneren** of door **overname**. Zo is er de recente fusie tussen Delhaize en Ahold, vandaag gekend als [Ahold Delhaize](#), waarmee het de positie op de wereldmarkt versterkt tot op de tiende plaats. De recente **overname van de brouwer SabMiller door het Belgisch-Braziliaanse Ab Inbevy** versterkte hun eerste positie op de wereldmarkt waarvan ze nu 30% in handen heeft.

Bedrijven kunnen hun positie op de markt ook versterken door **productdifferentiatie**. Ze investeren in nieuwe activiteiten of producten waarmee ze het risico op een (tijdelijk) mindere verkoop van een bepaald product of sector verminderen. De multinational maakt namelijk verder winst op andere producten en sectoren.

Alfabet, het moederbedrijf van internetreus Google, is een topper in productdifferentiatie. Behalve Google, is het ook eigenaar van o.a. Gmail, Google Earth, Chrome, youtube,... Ook buiten het wereldwijde web is Google actief, zoals Android, het besturingssysteem voor smartphones van Google, en Lexus (motorola).

MULTINATIONALS EN DEMOCRATIE

Multinationals en democratie, een goed huwelijk? Vaak wordt beweerd dat multinationals staatloos zijn en enkel schatplichtig zijn aan hun aandeelhouders. Regeringen lokken hen met allerhande voordelen zoals **belastingverminderingen** met het oog op snelle tewerkstelling en economische groei. Als multinationals niet de legale belastingvoordelen verkrijgen gebruiken ze hun wereldwijd netwerk om **belastingen te ontwijken**. Een recent voorbeeld is meubelfabrikant [Ikea](#) die in Europa voor 1,032 miljard euro aan belasting heeft ontweken.

De grootste en meest succesvolle bedrijven maken erg veel winst. Daardoor bezitten ze veel middelen, die ze niet alleen inzetten om de eisen en voorwaarden van investeerders en aandeelhouders te compenseren, maar ook om economische en politieke invloed uit te oefenen via **lobbywerk** bij regeringen.

[Volkswagen](#) investeert heel wat in lobbyen. Onlangs werd het bedrijf onlangs op het vervalsen van hun uitstootnormen door het gebruik van zogenaamde 'sjoemelsoftware'. Deze fraude heeft echter niet geleid tot een aanklacht vanuit Europa. In tegendeel: met de hulp van de Europese automobiellobbyisten ligt er een Europees voorstel op tafel om de [NOx-norm](#) op te trekken.

Tijdens de financiële en economische crisis van 2008 zaten veel banken op de rand van bankroet. De illusie van de vrije markt werd doorprikt. Regeringen gebruikten de term *too big to fail* bij het uitkopen van die (multinationale) banken, die de crisis veroorzaakt hadden. De banken waren te groot om failliet te laten gaan en teveel spaarders zouden hun geld kwijt zijn. Ondertussen zijn we 8 jaar later en is er weinig veranderd. Integendeel: de grootste **banken** zijn nog groter geworden.

Behalve lobbywerk en corruptie proberen multinationals ook via **handelsverdragen** steeds meer macht te krijgen bij politici. Zo is de TTIP (The *Transatlantic Trade and Investment Partnership*), het meest omvangrijke handelsverdrag, dat ooit wordt onderhandeld tussen Europa en de VS. Ook als het TTIP- handelsverdrag nog niet afgerond, kan kan al rekenen op veel kritiek inzake transparantie van de onderhandelingen en het verlagen van de standaarden met de gepaarde de risico's op milieu en mens. Volgens veel bronnen, o.a. via de gelekte documenten van [Wikileaks](#), krijgen bedrijven een verregaande macht als de huidige draft wordt doorgezet. De fameuze investeerder-staat-geschillenregeling (ISDS) verleent buitenlandse investeerders de exclusieve mogelijkheid om via internationale arbitrage-tribunalen schadevergoeding te eisen van een staat voor alle mogelijke overheidsmaatregelen waarvan ze vinden dat die hun belangen schaden. Dit is een rechtstreekse bedreiging voor de nationale soevereiniteit.

*In 2006 beëindigde Ecuador de concessie met *Occidental Petroleum Corporation*. Reden? *Occidental* had 40% van zijn productierechten verkocht aan een ander bedrijf zonder tegemoet te komen aan de contractuele verplichting om hiervoor de goedkeuring van de regering te vragen. *Occidental* ging in tegen deze beslissing,*

en klaagde, gebruikmakend van het VS-Ecuador Bilateraal Investeringsakkoord, de Ecuadoraanse Staat aan. Het arbitragehof besliste dat Ecuador de inkomstenprojecties en investeringszekerheid van Occidental had geschonden en kende een bedrag van \$1,77 miljard toe.



VERANDERING IS MOGELIJK



Vanuit verschillende, zelf uit [onverwachte hoeken](#), wordt vastgesteld dat het neo- liberalistisch model, geen duurzaam model is. Er hangt verandering in de lucht! Burgers vanuit elke uithoek van de wereld bouwen dagelijks [alternatieve systemen](#) op. In plaats van blind te consumeren delen ze verschillende diensten, [items](#), [auto's](#), [gereedschap](#). Omdat regeringen hopeloos achterblijven in de strijd tegen het klimaat, staan groepen mensen zelf op, verenigen ze zich in [coöperaties](#), creëren ze [transitiesteden](#), en kopen ze [rechtstreeks](#) producten bij de [boer](#). Bij Oxfam werken we al jaren aan die duurzame wereld. De winkels van onze zusterorganisaties [Oxfam-Wereldwinkels](#) en [Oxfam- magasins du Monde](#) tonen met [Fairtrade](#), dat op een eerlijke manier handel voeren een essentie is, met onze tweedehandswinkels verkleinen we de afbelberg. Gedaan met TINA (there is no alternative) als veelgebruikte leuze. Wij pleiten voor TAPAS (there are plenty of alternatives)



WEETJES

- Ongeveer 80 % van de voedingswaren die we in de supermarkt vinden is van een van de grote wereldspelers
- Belastingontwijking door multinationals kost de ontwikkelingslanden jaarlijks minstens 100 miljard euro. Genoeg om extreme armoede wereldwijd weg te werken.



EN NU BEN JIJ AAN HET WOORD

- In welke mate heb jij als consument de macht om zaken te veranderen?
- Als jij winkelt, let je dan op je voedsel en kledij en hun afkomst?
- Ken je alternatieven voor multinationals?