

## Vragen gesteld door de leden der Kamer, met de daarop door de regering gegeven antwoorden

### 2005

Vragen van de leden **Alkaya** (SP), **Kuik** (CDA) en **Voordewind** (ChristenUnie) aan de Minister voor Buitenlandse Handel en Ontwikkelingssamenwerking over *het bericht «Promotiemeisjes van Heineken verkopen bier met hun lichaam»* (ingezonden 29 maart 2018).

Antwoord van Minister **Kaag** (Buitenlandse Handel en Ontwikkelingssamenwerking) (ontvangen 1 mei 2018).

#### Vraag 1

Bent u op de hoogte van het artikel «Promotiemeisjes van Heineken verkopen bier met hun lichaam»?<sup>1</sup>

#### Antwoord 1

Ja.

#### Vraag 2

Hoe beoordeelt u de constatering in het artikel dat er «geen sprake is van incidenten, maar het de werkelijkheid is van zaken doen in Afrika» en de uitspraak van een oud-medewerker dat «seks in Nigeria vaak als een transactie wordt beschouwd, ook bij Heineken»?

#### Antwoord 2

De lokale context ontslaat internationaal opererende bedrijven niet van hun verantwoordelijkheden. Het kabinet verwacht dat bedrijven, zoals Heineken, juist het goede voorbeeld geven bij het voorkomen en bestrijden van seksueel grensoverschrijdend gedrag en het nemen van verantwoordelijkheid voor werknemers die indirect voor hen werken.

#### Vraag 3

Waar eindigt volgens u de verantwoordelijkheid van het hoofdkantoor van Nederlandse multinationals, zoals Heineken, om deze seksuele misstanden met jonge vrouwen bij hun dochterondernemingen en in de keten tegen te gaan? Welke juridische mogelijkheden heeft de overheid om Nederlandse bedrijven te dwingen tot het nemen van maatregelen, enerzijds ter verbetering van de situatie en anderzijds tegen de verantwoordelijke bestuurders?

<sup>1</sup> <https://www.nrc.nl/nieuws/2018/03/23/promotiemeisjes-van-heineken-verkopen-bier-en-hun-lichaam-a1596910>

### Antwoord 3

Conform de *UN Guiding Principles on Business and Human Rights* en de OESO-richtlijnen voor multinationale ondernemingen dragen bedrijven zorg voor hun gehele waardeketen. Bedrijven worden geacht een veilige werkomgeving te creëren voor alle medewerkers. Dit geldt dus ook voor hun dochterondernemingen en onderaannemers, zoals de bedrijven die voor Heineken bier promoten. De *UN Guiding Principles* en de OESO-richtlijnen schrijven voor dat bedrijven de risico's op negatieve effecten van hun bedrijfsactiviteiten op mens en milieu identificeren en in kaart brengen. Bedrijven moeten deze risico's vervolgens voorkomen of mitigeren en rekenschap afleggen over de wijze waarop zij met de geïdentificeerde risico's omgaan. Hetzelfde geldt als een bedrijf niet direct heeft bijgedragen aan een misstand, maar het wel verbonden is aan een risico of misstand door activiteiten, producten of diensten via een zakelijke relatie. De overheid heeft geen juridische mogelijkheden om Nederlandse bedrijven te dwingen tot het nemen van maatregelen in dergelijke gevallen. Het kabinet verwacht dat bedrijven de *UN Guiding Principles* en de OESO-richtlijnen naleven en spreekt hen hier geregeld op aan. Als bedrijven de OESO-richtlijnen niet naleven kan er een klacht worden ingediend bij het Nationaal Contactpunt (NCP). Het NCP draagt bij aan de oplossing van problemen die voortvloeien uit de niet-naleving van de OESO-richtlijnen.

### Vraag 4

Bent u bereid met voorstellen voor wettelijke maatregelen te komen wanneer bestaande juridische mogelijkheden ontoereikend blijken te zijn en een gesprek op korte termijn geen verbeteringen oplevert?

### Vraag 5

Bent u van mening dat Heineken in de afgelopen vijftien jaar, waarin zij al die tijd op de hoogte waren van deze problematiek, voldoende heeft gedaan om de misstanden aan te pakken? Hoe rijmt u de lage mate van urgentie die volgens het artikel is getoond met de reactie van Heineken dat deze problematiek «volledig indruist tegen waar we als bedrijf voor staan»?

### Vraag 6

Bent u bereid om hierover op korte termijn het gesprek aan te gaan met Heineken en andere grote Nederlandse multinationals en de uitkomsten hiervan te delen met de Kamer?

### Antwoord 4, 5 en 6

Het kabinet betreurt dat vrouwen die promotiewerk doen voor Heineken geconfronteerd worden met seksueel grensoverschrijdend gedrag. Daarom heb ik op woensdag 4 april gesproken met dhr. Van Boxmeer (CEO Heineken) en hem gewezen op de verantwoordelijkheid die Heineken moet nemen met betrekking tot de problematiek rondom bierpromotors en eventuele andere risico's in de keten. Tijdens het telefoongesprek liet dhr. Van Boxmeer weten dat Heineken de kwestie als prioriteit zal gaan behandelen met het oog op preventie en aanpak. Heineken zal daarom samen met lokale werkmaatschappijen, sales promotion bureaus en andere relevante partijen verdere stappen zetten om deze misstanden aan te pakken en in de toekomst te voorkomen. Andere multinationals zal het kabinet in het kader van het convenanten proces ook blijven wijzen op hun verantwoordelijkheden onder de OESO-richtlijnen en *UN Guiding Principles*. Als lid van de Federatie Nederlandse Levensmiddelen Industrie (FNLI) zal Heineken onderdeel zijn van het IMVO-convenant van de voedingsmiddelensector. Dit convenant zal naar verwachting vóór de zomer worden ondertekend. De IMVO-convenanten zijn erop gericht om de naleving van de *UN Guiding Principles* en de OESO-richtlijnen te bevorderen onder bedrijven, om substantiële stappen van verbetering te bereiken voor groepen die negatieve effecten ervaren en om een gezamenlijke oplossing te bieden voor problemen die bedrijven zelf niet geheel kunnen oplossen. In het najaar 2019 zal worden gestart met een evaluatie van de IMVO-convenanten. De uitkomst van deze evaluatie zal het kabinet gebruiken om te bezien of, en zo ja welke, wettelijke maatregelen nodig zijn.

#### Vraag 7

Zou u in de brief die eind april wordt verwacht over de Nederlandse ontwikkelingshulpsector en hun optreden tegen seksuele misstanden ook het Nederlandse bedrijfsleven willen meenemen? Zo nee, bent u bereid hier een apart onderzoek naar te verrichten en de Kamer hierover te informeren?

#### Antwoord 7

De brief over (seksueel) grensoverschrijdend gedrag in de hulp- en ontwikkelingssector, die eind april wordt gestuurd, zal ook betrekking hebben op samenwerkingsverbanden tussen de Nederlandse overheid en het bedrijfsleven.

#### Vraag 8

Kunt u een overzicht geven van subsidies die in het kader van ontwikkelings-samenwerking aan Heineken worden verleend (vanaf 2007) in Afrikaanse landen? Bent u bereid om het plan van aanpak om seksuele misstanden bij ngo's tegen te gaan breder te trekken en ook voor bedrijven verplicht te stellen die gebruikmaken van subsidies in het kader van ontwikkelingssamenwerking?

#### Antwoord 8

Momenteel lopen in 6 Afrikaanse landen (Rwanda, Ethiopië, Sierra Leone, Nigeria, Zuid-Afrika en Mozambique) partnerschappen op het gebied van «local-sourcing», waarin Heineken partner is of als afnemer verbonden (zie overzicht). Het kabinet verstrekt subsidies aan partnerschappen tussen NGOs, lokale overheden, MKB-bedrijven en Heineken, die Afrikaanse boeren met een klein bedrijf helpen hun landbouwmethoden te verbeteren, de voedselproductie te verhogen en hun eigen inkomenspositie te versterken. De projecten in Zuid-Afrika en Mozambique zijn gericht op het opzetten van landbouwcoöperaties, Heineken is hierin enkel afnemer van de landbouwproducten. Deze projecten vallen onder hetzelfde subsidiekader dat momenteel naar aanleiding van de aanpak van seksueel grensoverschrijdend gedrag bij en door ngo's tegen het licht wordt gehouden. De maatregelen zullen dan ook voor partnerschappen met bedrijven gaan gelden.

Project	Landen	Partners	Looptijd	Bijdrage Heineken	Bijdrage BuZa
<b>Schokland</b>	Burundi, DRC	EUCORD (ngo)	2009 – 2015	€ 6,2 miljoen	€ 2,1 miljoen
<b>CREATE</b>	Ethiopië, Rwanda, Sierra Leone	EUCORD (ngo), IFC, lokale overheid	2013 – 2019	€ 5,4 miljoen	€ 2,3 miljoen
<b>2Scale</b>	Nigeria	IFDC (ngo), BoPinc (ngo), Psaltry International (lokaal MKB)	2014 – 2018	€ 9,7 miljoen	€ 1,2 miljoen
<b>Transitie Faciliteit</b>	Zuid Afrika	Solidaridad, ICCO	2016 – 2018	€ 0,2 miljoen	€ 0,5 miljoen
<b>Pilot project</b>	Mozambique	Lokaal MKB	2018 – 2019		€ 0,025 miljoen
<b>Totaal</b>				<b>€ 21,5 miljoen</b>	<b>€ 6,5 miljoen</b>