



duurzaamplus.nl

zelfstandig, onafhankelijk en ter zake

Fashion Revolution Day: start innovatieve en duurzame mode

Editor Désirée Crommelin, 24/04/2014



©Antithesis

FASHION REVOLUTION DAY OP 24 APRIL 2014 – PRECIES EEN JAAR NA DE RAMP IN RANA PLAZA – IS EEN UITGELEZEN MOMENT OM STIL TE STAAN BIJ DE MAATSCHAPPELIJKE KOSTEN achter onze kleding en de alternatieven in duurzame mode in de schijnwerpers te zetten. Want die alternatieven bestaan er! De modewereld moet deze nu volgen en creatief en innovatief aan de slag gaan met de verduurzaming van het product, schrijft trendanalist Lynsey Dubbeld.

Onveilige fabrieken

De instorting van de Rana Plaza kledingfabriek in Bangladesh is het ernstigste ongeluk in de geschiedenis van de textielindustrie. Ruim 1100 textielarbeiders vonden er de dood en meer dan 2500 raakten gewond. Het ongeval staat niet op zichzelf. Volgens schattingen zijn tussen 2006 en 2013 meer dan 1500 Bengaalse textielarbeiders om het leven gekomen in onveilige fabrieken. In Cambodja is de situatie niet veel beter.

Fashion Revolution Day

Genoeg is genoeg! vinden de organisatoren van de eerste Fashion Revolution Day, die in meer dan 55 landen, verdeeld over vijf continenten fair fashion-evenementen organiseren met als doel verschillende partijen in de kledingproductieketen bij elkaar brengen. Maar het is ook een dag om consumenten geïnteresseerd en enthousiast te krijgen voor groene en eerlijke mode. Fashion Revolution Day is dus bepaald geen overbodige luxe. Het consumentenbewustzijn van duurzame mode kan wel een stimulans gebruiken. Volgens recente cijfers van onderzoeksbureau GfK (Gesellschaft für Konsumforschung) is ‘verantwoorde productie’ voor slechts twee procent van de Nederlandse vrouwen een overweging bij hun kledingkeuze. Het meest genoemde aankoopcriterium is ‘prijs’, op de voet gevolgd door ‘pasvorm’ en ‘draagcomfort’.

Duurzame mode

Imagoschade

Als Rana Plaza één ding duidelijk maakt, is het dat modebedrijven duurzame mode serieus moeten nemen om imagoschade te voorkomen. Greenpeace, Schone Kleren Campagne en Rank A Brand vinden een steeds gewilliger oor bij de media. Zelfs politici deinzen niet meer terug hen met naam en toenaam publiekelijk zoals minister Ploumen met Coolcat, Prenatal en Wibra deed, aan de schandpaal te nagelen. Ook voerden de Tweede Kamerleden Joël voor de Wind (CU) en Sharon Gesthuizen (SP) protestacties bij het hoofdkantoor van Mexx.

Ook in het bedrijfsleven mag het best een beetje duurzamer. Rank A Brand constateerde onlangs in een rapport [FeelGoodFashion](#) over bijna 400 modemerken, dat nog geen tien procent voldoende scoort op hun inzet richting duurzaamheid. Ondanks alle veiligheidsakkoorden, investeringsplannen en media-aandacht stemt de situatie in de Bengaalse kledingindustrie bepaald niet vrolijk. Aangezien in Bangladesh zo’n 5000 textielfabrieken operationeel zijn, duurt het nog wel even voordat de veiligheid overal is gecontroleerd. En na de controles moeten fabrieken nog veiligheidsmaatregelen invoeren, wat volgens lokale deskundigen voor de eigenaren praktisch onbetaalbaar kan zijn.

Ook zorgwekkend zijn de Westerse modebedrijven die de productie van Bangladesh verplaatsen naar andere landen, zoals Ethiopië waar onder andere Tesco en H&M nu grote opdrachten uitzetten en Zuid-Afrika. Daar zijn de lonen voorlopig nog lager – en de werkomstandigheden in veel gevallen nauwelijks beter dan in Bangladesh. Het mag duidelijk zijn: de situatie in Bangladesh is zeker niet geholpen met deze *race to the bottom*.

MVO

Innovatieve creativiteit

Anno 2014 nemen bewuste consumenten geen genoegen meer met een minicollectie van biokatoen, een schenking aan een goed doel of een kledinginzamelingsactie. De concurrentie binnen de modewereld is een reden om in actie te komen. Duurzaamheids-doelstellingen van *global brands* als Puma, Nike en Marks & Spencer’s zijn voor het middensegment van de modemarkt doorgaans een brug te ver. Voor deze spelers is creativiteit en innovatie een must.

Hoe kan de modewereld (verder) stappen zetten richting duurzaamheid, nu het reilen en zeilen in hun productielanden zo onder een vergrootglas ligt? De eenvoudigste stap is om tegemoet te komen aan de claims van actiegroepen. Voor merken die produceren in Bangladesh, ligt ondertekening van het Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh voor de hand. Ruim [150 internationale modebedrijven](#) waaronder Coolcat, hebben dat inmiddels gedaan. Daarmee hebben ze toegezegd om samen met fabrieken en vakbonden in Bangladesh te werken aan verbetering van de veiligheid. Bedrijven die zaken deden met de ingestorte Rana Plaza fabriek, kunnen het imago opvijzelen door geld te doneren in [een fonds](#) voor slachtoffers. Primark is al met miljoenen dollars over de brug gekomen. Ten slotte zijn bij Rank A Brand *brownie points* te scoren door een lijvig duurzaamheidsverslag te publiceren en zoals H&M al doet, door samenwerking te zoeken met organisaties zoals Solidaridad en WaterAid.

Garderobe in 1 koffer

Er zijn gelukkig inspirerende voorbeelden. Denk aan 3D geprinte sieraden, lease spijkerbroeken, en composteerbare schoenen waaruit een bloem groeit. Het zijn innovaties die inmiddels in de Nederlandse winkelstraat te vinden zijn -met dank aan Hema, MudJeans en OAT Shoes. Op het punt van doorbreken staan een complete garderobe van Antithesis die past in een reiskoffer, en multifunctionele jurken en jassen van Elsie Gringhuis. In de toekomst kunnen we uitkijken naar items die naar de wensen van de klant worden ontworpen en gemaakt en voorzien zijn van een levenslange reparatie-garantie van Hasmik Matevosyan. Maar ook kledingstukken met verwijderbare prints, waarmee moeiteloos een nieuwe look kan worden gecreëerd zoals nu al met die van Refinity.

Breed publiek

Wat we van deze aanpak kunnen leren is, dat met het duurzame tintje van deze innovaties niet wordt gekoketteerd. Dat heeft als voordeel dat er een breed publiek kan worden aangesproken – en niet alleen die magere 2 procent van de Nederlanders die bij kledingankopen nadenkt over verantwoorde productie. En minstens zo belangrijk: slimme producten zoals leenspijkerbroeken en cradle to cradle sneakers kunnen leiden tot significante afvalreductie. En zo wordt een zinvolle bijdrage geleverd aan een van de meest actuele duurzaamheidsproblemen: een dreigend tekort aan grondstoffen voor kledingproductie, en een alsmaar groeiende textielafvalberg. Goede kans dus dat niet alleen de modebewuste consumenten, maar ook de kritische ngo's oprecht blij worden van dit soort *must-haves*. Iets om ook lang na Fashion Revolution Day over na te denken, toch?



Lynsey Dubbeld, Trendanalist
Modevoormorgen.nl

foto: Ilya van Marle