



duurzaamplus.nl

zelfstandig, onafhankelijk en ter zake

Greenwashing gevaar voor mode-minnende consumenten bij 'shwopping'

Editor Désirée Crommelin, 09/04/2013



DUURZAAM BEZIG ZIJN EN TOCH MET KORTING NIEUWE MUST-HAVES SCOREN, DAT SPREEKT MODE-MINNEND NEDERLAND AAN. TOCH SCHUILT DAARIN HET GEVAAR VAN GREENWASHING. Met hun textielinzameling zullen fast fashion winkels de problemen rond grondstoffengebruik en recycling eerder verplaatsen dan verminderen. Daarvoor waarschuwt Lynsey Dubbeld, Trendanalist bij Modevoormorgen.nl in haar column voor duurzaamplus.nl.

“Op een consumentenmarkt die – met dank aan het paardenvleeschandaal – een kritische blik richt op de claims van producenten en merken, lopen greenwashers wel een risico. Kritische volgers zoals Rankabrand en Goede Waar prikken geheid een keertje zwak onderbouwde of overdreven duurzame claims door.”

M&S pikt duurzaam graantje mee met 'shwopping'

Tassen gemaakt van gerecyclede banners, oude autobanden of afgekeurde brandweerslangen. Repair Cafés, kledingruilfeesten en swapping websites. En textielcontainers in de winkels van Marks & Spencer, H&M en C&A. Recyclen is in

de mode, óók in de mode! Een sterk staaltje people, planet & profit?

Is het toeval dat zowel C&A als H&M onlangs is gestart met het inzamelen van oude kleding in de winkel? Vast niet. In de kledingproductieketen worden grondstoffen schaarser – en dus duurder – en dat maakt van het aloude textielrecycling een uiterst actuele businessstrategie. Bovendien kunnen bedrijven, die doorgaans niet bekend staan om hun mens- en milieuvriendelijke bedrijfsvoering, met een recycling-initiatief mooi een graantje meepikken van de duurzaamheidstrend. Zo introduceerde de Britse retailer Marks & Spencer vorig jaar het concept ‘shwopping’ – waarbij klanten worden gestimuleerd om bij elke nieuwe kleding aankoop een afdankertje in te leveren – als onderdeel van zijn MVO-beleid.

Duurzaam kopen en met korting must-haves scoren

Voor modebedrijven is kledinginzameling in winkels een betrekkelijk eenvoudige manier om zich duurzaam te tonen. Het is min of meer een kwestie van afspraken maken met gespecialiseerde recyclers, zoals I:CO en inzamelcontainers plaatsen. De investeringen zijn minimaal. Sterker nog, de financiële voordelen liggen voor de hand. Iedere klant die een oud kledingstuk komt inleveren, krijgt een kortingsbon voor een nieuwe aankoop. Nieuwe klanten en dus extra omzet gegarandeerd. Geen wonder dat ook schoenenwinkels als Dolcis en Invito, consumenten vragen om hun afdankertjes te komen doneren.

De publiciteitsgolf rond het recente recycling-initiatief van H&M laat zien dat fashionista's maar wat graag hun afdankertjes, miskopen en andere ongewenste kledingstukken in modewinkels droppen. Duurzaam bezig zijn en toch met korting nieuwe must-haves scoren, dat spreekt mode-minnend Nederland duidelijk aan. Niet voor niets zijn Repair Cafés, ruilfeesten en kledingruilwebsites – waarmee de garderobe met bijna gesloten beurs kan worden vernieuwd – populairder dan ooit.

Textielinzameling verplaatst grondstoffengebruik

Het publieke enthousiasme voor recycling kan niet verhullen dat de mode-industrie zich nogal eens schuldig maakt aan greenwashing. Met hun textielinzameling zullen fast fashion winkels de problemen rond grondstoffengebruik en recycling eerder verplaatsen dan verminderen. De ingezamelde kleding wordt namelijk niet hergebruikt binnen de productieketen van de modegiganten. Het tweedehands textiel komt via internationale recyclingbedrijven terecht bij handelaars in Afrika, of het wordt op vezelniveau gerecycled om te worden verwerkt in laagwaardige producten als poetsdoeken en isolatiemateriaal. Achter de schermen is het bij de leveranciers van fast fashion ondertussen business as usual. Sterker nog, het niet bepaald duurzame systeem van wegwerpmode krijgt door de textielinzameling nog eens een extra impuls. Met het vooruitzicht van korting wordt het wel erg verleidelijk om de garderobe in hoog tempo van nieuwe must-haves te blijven voorzien.

Rankabrand en Goede Waar prikken greenwashing door

Op een consumentenmarkt die – met dank aan het paardenvleesschandaal – een kritische blik richt op de claims van producenten en merken, lopen greenwashers natuurlijk wel een risico. Op de korte termijn mag er met de window dressing dan een nieuwe klantengroep worden aangesproken, op de lange termijn ligt imagoschade op de loer. Kritische volgers zoals Rankabrand en Goede Waar prikken geheid een keertje zwak onderbouwde of overdreven duurzame claims door. Dat wil niet zeggen dat alle initiatieven in textielrecycling verdacht of overbodig zijn. Er zijn volop voorbeelden van bedrijven en organisaties die serieus werk maken van hergebruik. Nederlandse labels zoals MudJeans, Kings of Indigo en Re-5 creëren een gesloten systeem waarin gebruikt textiel een tweede leven krijgt in nieuwe collecties.

Circulaire economie

De beweging richting een circulaire economie die door dit soort duurzame koplopers wordt ingezet, staat nog in de kinderschoenen. Maar de modemerken hebben wel het tij mee. De grondstoffenschaarste op de wereldmarkt maakt hergebruik een toekomstbestendige bedrijfsstrategie. Bovendien zoekt een groeiende groep consumenten in deze tijden van recessie naar een alternatief voor fast fashion. Zij investeren liever in een goed gemaakt product van hoge kwaliteit dat lang meegaat, dan voor het zoveelste wegwerpartikel.

Dat hergebruik van materialen al sinds de jaren zeventig en tachtig van de vorige eeuw een speerpunt is van de voorvechters van ecologische mode, doet helemaal niets af aan het belang en de actualiteit van de recente recycling initiatieven. Want een goed idee recycleren, dat is misschien wel het toppunt van duurzaamheid.



Ecofabs Fashion Party ©André Blom