DE WERELD VERANDERT IN RAP TEMPO, DE KLEDINGSECTOR OOK!

We kunnen er niet omheen: de wereldeconomie is in beweging en de manier waarop we de dingen altijd deden is steeds minder vanzelfsprekend. Bedrijven die tijdig richting geven aan de vernieuwing van hun sector bloeien op. Wie stil blijft zitten valt om.

Ook de kledingbranche is zichzelf niet meer. Gelukkig maar, want het vertrouwde businessmodel van ‘take-make-waste’ heeft wereldwijd een enorme negatieve impact op mens en milieu en is op termijn niet vol te houden.

In het Convenant Duurzame Kleding hebben partijen afgesproken dat we niet langer kunnen wegkijken en de toeleveringsketen uit de anonimiteit moeten halen. ‘Ken uw keten’ is het adagium en ga samenwerken aan circulaire en inclusieve businessmodellen. Dat is een zoektocht zonder pasklare antwoorden en vraagt creativiteit en ondernemerschap, maar bovenal moed en leiderschap.

De transitie is ingezet; de eerste bedrijven zijn vernieuwend gaan ondernemen

In het aanlooptraject van het convenant (Nationaal Plan van Aanpak) en in het IMVO-programma van MVO Nederland zijn tientallen textielbedrijven moedig aan de slag gegaan zonder zekere uitkomst. De technische, sociale en economische innovaties die hieruit zijn voortgekomen zijn gebundeld in de publicatie ‘Mode die goed zit’ (zie bijlage).

De ruim 100 goede voorbeelden en innovaties in het boekje laten zien dat de sector zich van grootste achterloper naar een koploper aan het bewegen is. Maar er is nog een wereld te winnen. De koplopers ervaren bijvoorbeeld nog weinig navolging in de markt en blijven onnodig lang in de niche. Om de ingezette beweging versneld naar mainstream te brengen biedt de zogenaamde transitieaanpak enkele handreikingen.

De transitie doorzetten; handreikingen voor versnelling en opschaling

Blijf de markt stimuleren voor duurzame innovaties in de kledingsector. De rijksoverheid heeft als inkoper van bedrijfskleding een geweldige versnelling veroorzaakt door het aan te durven om circulaire content uit te vragen in haar aanbestedingen. Door dit beleid zijn ook gemeentes en private bedrijven ‘aangezet’ om circulair in te kopen. Dit heeft een markttransitie veroorzaakt in de bedrijfskledingbranche. Producenten die geen circulaire vezels kunnen verwerken verliezen omzet.

Faciliteer circulair inkopen bij gemeentes en andere aanbestedende diensten. Voor het circulair maken van de kledingketen is vergaande ketenintegratie en samenwerking nodig en dat heeft een positieve sociale en inclusieve impact in de keten. Circulair inkopen is een krachtig instrument en kan veel meer worden benut.

Pas stimulerende maatregelen toe die eenzelfde markttransitie veroorzaken in de mode. De consumentenmarkt blijft in vergelijking met de bedrijfskledingmarkt sterk achter, ondanks de vele initiatieven. Er is meer instrumentarium nodig voor meer zichtbaarheid voor de consument en door bijvoorbeeld het kopen van duurzame kleding te belonen.

Verleg de nadruk op compliance naar innovatie. Het faciliteren van vernieuwende businessmodellen (systeeminnovatie) heeft op de lange duur meer impact op de SDGs dan het verbeteren van verouderde businessmodellen via audits en certificeringen (systeemoptimalisatie).

Creëer ruimte voor de onderstroom, de onverwachte hoek, de designwereld en de sociaal ondernemers. Zij zijn de werkelijke veranderaars, niet de grote bedrijven. Veel innovatiegeld gaat naar de gevestigde orde, maar Tesla liet bijvoorbeeld zien dat fundamentele vernieuwing niet uit de autoindustrie kwam maar uit silicon valley. En niet vanuit de intentie om auto’s te maken, maar vanuit de wens om de allerbeste batterijtechnologie te ontwikkelen.

Daar zijn ook koplopende ambtenaren en bestuurders voor nodig die de grenzen durven op te zoeken. Die nieuwe systemen helpen op te zetten naast verouderde markten. En die koplopende initiatieven uit de marge halen en verbinden met de gevestigde orde. Dan komt een duurzame textielsector versneld dichterbij.­­­­­­