



Rapport Onderzoek textiellabels

November 2024

Wat zijn de eigenschappen van een begrijpelijk, betrouwbaar en vergelijkbaar verplicht Europees textiellabel voor consumenten?

Index

Managementsamenvatting	3
Introductie	6
Aanleiding en urgentie	6
Doel onderzoek	8
Onderzoeksverantwoording	8
Resultaten	9
Inzichten vanuit consumentenonderzoek	9
Literatuuronderzoek	9
Consumentenpeiling	11
Inzichten vanuit producenten en experts	17
Evaluatie resultaten	20
Presentatievorm label	20
Indicatoren en rekenmethode label	22
Conclusies en aanbevelingen	23
Conclusies eigenschappen begrijpelijk, betrouwbaar en vergelijkbaar duurzaamheidslabel voor textiel	23
Aanbevelingen presentatievorm duurzaamheidslabel textiel	24
Aanbevelingen indicatoren en rekenmethode voor onderbouwing duurzaamheidslabel textiel	24
Aanbevelingen gericht op het vergroten van de effectiviteit van het label	25
Referenties	26
Bijlagen	29

Managementsamenvatting

Aanleiding

Om duurzaamheidsdoelstellingen te behalen moet de productie en consumptie van textiel verduurzamen. De Europese Commissie heeft hiertoe in 2022 de Europese Textielstrategie ontwikkeld. Hierin heeft de Commissie aangekondigd om te kijken naar zowel een fysiek als digitaal duurzaamheidslabel voor textiel. Het introduceren van een duurzaamheidslabel kan geregeld worden onder de herziening van de EU-regels voor textiel.

In het licht van de herziening van deze regels, wil het Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat (I&W) weten aan welke eigenschappen een voor textielproducten op de Europese markt verplicht Europees duurzaamheidslabel zou moeten voldoen om voor gebruikers begrijpelijk, betrouwbaar en vergelijkbaar te zijn. Het label moet bijdragen aan een transitie van textielbedrijven richting duurzamer produceren en moet gebruikers informeren over duurzaamheid van textiele producten en ze daardoor in staat stellen geïnformeerde aankoopbeslissingen te maken.

Onderzoeksaanpak

Royal HaskoningDHV (RHDHV) heeft tussen maart en oktober 2024 in opdracht van het ministerie I&W onderzoek gedaan naar de vereisten van een dergelijk textiellabel. RHDHV heeft in dit onderzoek door middel van literatuuronderzoek en een consumentenpeiling onderzocht wat voor consumenten de eigenschappen zijn van een betrouwbaar, begrijpelijk en vergelijkbaar duurzaamheidslabel voor textiel.

Door middel van gesprekken met experts is hun perspectief op een betrouwbaar, begrijpelijk en vergelijkbaar duurzaamheidslabel verzameld. Aan de hand van een analyse over de resultaten van deze stappen geeft RHDHV adviezen aan het Ministerie van Infrastructuur & Waterstaat en de Europese Commissie voor de ontwikkeling van een begrijpelijk, betrouwbaar en vergelijkbaar verplicht Europees duurzaamheidslabel voor textiel.

Resultaten literatuuronderzoek

Uit het literatuuronderzoek blijkt dat huidige labels door consumenten vaak niet goed worden begrepen, deze vooral effect hebben op al 'groene' consumenten en negatieve labels een sterker effect hebben dan positieve. De begrijpelijkheid van labels wordt versterkt als deze eenvoudig (in gebruik) en duidelijk zijn, met begrijpelijke symbolen en helder taalgebruik. Goede zichtbaarheid is nodig zodat consumenten het label kunnen zien en meenemen in hun aankoopbeslissing.

Er is meer vertrouwen in labels als deze door derde partijen worden gecertificeerd of gecontroleerd en als gebruik gemaakt wordt van goed gevestigde methoden. Uitleg over de onderbouwing van het label en het laten zien van onafhankelijke controle en toezicht kan vertrouwen in een label versterken. Vergelijkbaarheid kan worden bevorderd door standaardisatie van de beoordelingscriteria, zodat producten op dezelfde manier beoordeeld worden. Een label dat meerdere duurzaamheidscriteria in één meta-label integreert maakt vergelijking voor consumenten ook eenvoudiger.

Resultaten consumentenpeiling

Uit de consumentenpeiling blijkt dat consumenten aangeven dat duurzaamheidsscores hun aankoopbeslissingen kunnen beïnvloeden, waarbij een negatieve score meer impact heeft dan een positieve. Consumenten geven aan dat labels duidelijk zichtbaar moeten zijn, met onderscheidbare kleuren en een duidelijke totaalscore. Vertrouwen wordt vergroot als de eigenaar van het label zichtbaar is en er transparantie is over de gebruikte methoden. Vergelijkbaarheid kan worden verbeterd door uitleg over de indicatoren waarop het label is gebaseerd, zoals CO₂-uitstoot, levensduur, en duurzaam materiaalgebruik.

Resultaten expertpeiling

Experts geven aan dat een verplicht Europees duurzaamheidslabel kan zorgen voor uniformiteit en duidelijkheid voor consumenten en bedrijven. Een ABCDE-score wordt gezien als een goed middel voor vergelijkbaarheid, terwijl een digitaal productpaspoort aanvullende informatie kan bieden. De Product Environmental Footprint (PEF) methode wordt gezien als voor de hand liggende basis voor de onderbouwing van het label, maar experts uitten zorgen over de kosten en complexiteit voor bedrijven.

Evaluatie presentatievorm label

De resultaten van dit onderzoek benadrukken het belang van een balans tussen eenvoudige informatie en betrouwbare, transparante data. Een gelaagde aanpak biedt deze mogelijkheid, waarbij een simpel label met 1 score aan consumenten een eerste indruk geeft, ondersteund door het Digitaal Productpaspoort (DPP) voor diepgaandere informatie. Een QR-code op het label en in het etiket kan consumenten naar het DPP verwijzen. Voor zichtbaarheid moet het label op in de buurt van de prijs vermeld worden.

Evaluatie indicatoren en meetmethode

Een valide en methodologisch sterke onderbouwing van een duurzaamheidslabel voor textiel is belangrijk voor de betrouwbaarheid. Er moet een uniforme rekenmethode worden geselecteerd voor het berekenen van de milieu-impact van textiel producten binnen de Europese markt. De berekening van duurzaamheid moet technisch goed onderbouwd zijn om betrouwbaarheid te waarborgen. De methodiek moet vergelijkbaarheid mogelijk maken door een vergelijking tussen producten met dezelfde functie en een representatief gemiddelde per productgroep en functie. Ook de levensduur van een textielproduct moet zijn opgenomen in de rekenmethode voor vergelijkbaarheid tussen producten. Tot slot moet de rekenmethode praktisch uitvoerbaar zijn voor bedrijven. Voor de markt betekent dit dat de methode eenvoudig en snel toe passen moet zijn. In Europa wordt gewerkt aan de ontwikkeling van zo'n rekenmethode, de Product Environmental Footprint Category Rules – PEFCR. Deze methode is nog niet definitief vastgesteld en voldoet (nog) niet op alle punten aan de wensen uit de markt met betrekking tot eenvoud, snelheid en vergelijkbaarheid.

Conclusies

Op basis van analyse over de resultaten van dit onderzoek concludeert RHDHV dat dit de eigenschappen zijn van een begrijpelijk, betrouwbaar en vergelijkbaar duurzaamheidslabel voor textiel:

Een begrijpelijk textiellabel

- Moet direct opvallen bij aankoop van product (fysiek en in e-commerce)
- Moet eenvoudig te begrijpen zijn en niet voor meerdere uitleg vatbaar zijn
- Mag niet te veel informatie bevatten
- Moet ook na aankoop nog raadpleegbaar zijn (digitaal of fysiek)
- Moet aan consumenten duidelijk de intentie van het label communiceren
- Moet leesbaar zijn voor zoveel mogelijk consumenten: duidelijk kleurgebruik, juiste lettergrootte, in eigen taal.

Een betrouwbaar textiellabel

- Gebruikt vastgestelde procedures om te komen tot betrouwbare informatie
- Wordt onafhankelijk gecontroleerd
- Laat duidelijk op het label zien wie controleert en initieert
- Communiqueert op transparante wijze over de onderbouwing en de controle hierop

Een vergelijkbaar textiellabel

- Maakt bij vergelijking tussen twee producten direct duidelijk welke de geringste milieu-impact heeft
- Is duidelijk over de intentie van de score: om binnen een productcategorie vergelijkbare producten te vergelijken of om in absolute zin een uitspraak te doen over de milieu-impact van het product

Aanbevelingen

RHDHV doet de volgende aanbevelingen voor ontwerp van een begrijpelijk, betrouwbaar en vergelijkbaar duurzaamheidslabel:

Aanbevelingen over de presentatievorm van het label

RHDHV adviseert een fysiek label te ontwikkelen met 1 totaalscore van milieu-impact (zoals een ABCDE-score). Op het label staat in tekst en/of beeld vermeld dat dit label afkomstig is van de Europese Unie. Dit label is bevestigd aan de hangtag van een product. Op het label is ook een QR code toegevoegd dat verwijst naar het Digitale Product Paspoort (DPP). Deze QR code is ook opgenomen in het etiket van textiele producten. In het DPP staat uitleg over de wijze waarop de score tot stand is gekomen, inclusief gedetailleerde uitleg over verschillende indicatoren waarop de score is gebaseerd. Voor deze aparte indicatoren kunnen in het DPP zowel scores op individuele indicatoren (bijvoorbeeld in de vorm A t/m E) als specifieke data (zoals hoeveelheid watergebruik) worden opgenomen. Deze presentatievorm biedt een balans tussen eenvoudige informatie die in 1 oogopslag te begrijpen is, met online een heldere en betrouwbare uitleg van de onderbouwing van het label.

Aanbevelingen over de onderbouwing van het label

RHDHV doet een aantal aanbevelingen rondom succesvolle toepassing van een rekenmethode in een verplicht duurzaamheidslabel voor textiel:

- Organiseer een Centrale Database waar kennisbureaus en experts samen afspraken maken met de markt over gestandaardiseerde kentallen, profielen en rekentools waarmee problemen ten aanzien van complexiteit, looptijd en kosten van berekeningen behapbaar worden voor de markt en uitvoerende partijen.
- Een gecentraliseerd rekeninstrument met

gebruiksvriendelijke invoer van de benodigde input data per product kan de markt in de hand spelen waardoor een rekenmethode effectief ingezet kan worden als raamwerk voor betrouwbare milieu-informatie op textiel labels.

- Stel centrale kengetallen voor levensduur op die als marktgemiddelden gehanteerd kunnen worden, zodat niet op elk product een test nodig is. Neem deze op in de centrale database
- Voer een weging uit op basis van levensduur voor een eerlijke vergelijking van milieu informatie met de benchmark en onderlinge producten per productgroep. Door scores te wegen op levensduur ontstaat een vergelijking over productgroepen heen, wat consumenten een beeld geeft van de absolute in plaats van slechts de relatieve milieu-impact van een product. Dit zorgt voor de hoogste betrouwbaarheid van de ABCDE.

Overige aanbevelingen om de effectiviteit van het label te vergroten

We bevelen aan de volgende acties uit te voeren die bijdragen aan de effectiviteit van (de invoering van) een verplicht Europees duurzaam textiellabel.

- Zet in op informatieve en educatieve campagnes richting consumenten om kennisgebrek onder consumenten te verminderen en bekendheid met en begrip van het label te vergroten.
- Investeer in onafhankelijke controle en toezicht (privaat en/of publiek) en een eenduidige aanpak rondom handhaving van het label.
- Onderzoek mogelijke rebound effecten van invoering van het label, zoals het in totaal kopen van meer textiele producten vanwege een hoge duurzaamheidsscore.
- Voer (Europees) consumentenonderzoek uit naar de beste vormgeving van het label.



Voorbeeld van een duurzaamheidslabel zoals getoond aan de respondenten tijdens de consumentenpeiling (bron: RHDHV).

1 Introductie

1.1 Aanleiding en urgentie

De textielsector produceert wereldwijd jaarlijks 110 tot 120 miljoen ton aan textielvezels¹. Dit komt neer op zo'n 15 kilogram per persoon per jaar aan textielproducten, zoals bijvoorbeeld kleding (81% van de Europese textielconsumptie²), meubelstoffering en linnengoed. Hoewel dit soort textielproducten essentieel geacht worden in het dagelijks leven, draagt de wereldwijde textielproductie substantieel bij aan de globale klimaatcrisis. De textielindustrie is wereldwijd verantwoordelijk voor ongeveer 4-10% van alle CO₂-equivalente emissies en circa 20% van het mondiale afvalwater³. Verduurzaming van de textielsector kan daarom grote impact hebben.

Visie Circulaire Textielsector

In de Strategie voor Duurzaam en Circulair Textiel⁴⁵ (2022) zet de Europese Commissie haar visie neer voor een transitie naar een duurzame textielsector:

“In 2030 zijn textielproducten die op de Europese markt worden gebracht duurzaam en recyclebaar, grotendeels gemaakt van gerecyclede vezels, vrij van gevaarlijke stoffen en geproduceerd met respect voor sociale rechten en het milieu. Consumenten profiteren langer van betaalbaar textiel van hoge kwaliteit, fast fashion is uit de mode en economisch rendabele hergebruik- en reparatiediensten zijn op grote schaal beschikbaar.

In een concurrerende, veerkrachtige en innovatieve textielsector nemen producenten verantwoordelijkheid voor hun producten in de hele waardeketen, ook wanneer ze afval worden. Het circulaire textielecosysteem bloeit,

aangedreven door voldoende capaciteit voor innovatieve vezel-tot-vezel recycling, terwijl de verbranding en het storten van textiel tot een minimum wordt beperkt.”

In het licht van deze strategie zijn een aantal maatregelen ingevoerd en in implementatie, zoals:

- Er komen onder de ESPR ontwerpvereisten voor textiel om het langer mee te laten gaan, gemakkelijker te repareren en recyclen, evenals vereisten voor minimale gerecyclede inhoud. Ook komt er onder de ESPR duidelijkere informatievoorziening en de invoering van een digitaal productpaspoort (DPP) (2024). Daarnaast komt onder de ESPR een verbod op vernietiging van onverkochte kleding en schoeisel voor grote bedrijven (2026) en voor middelgrote bedrijven (vanaf 2030). Ook komt er een rapportage verplichting (vanaf zomer 2025) over de vernietiging van onverkocht textiel.
- Overproductie en overconsumptie terugdraaien en de vernietiging van onverkochte of getourneerde textiel ontmoedigen (PEF-CR – Product Environmental Footprint Category Rules, 2025)
- De onbedoelde vrijgave van microplastics uit synthetische textiel aanpakken (PEF-CR, 2025)
- Greenwashing aanpakken om consumenten meer macht te geven en het bewustzijn over duurzame mode te vergroten (Unfair Commercial Practices Directive, 2005, herzien en uitgebreid in 2024, en de EU Green Claims Richtlijn (door de Commissie gepresenteerd in 2023 en nu in onderhandeling)
- Verplichte en geharmoniseerde Extended Producer Responsibility-regels voor textiel in alle lidstaten invoeren en producenten stimuleren om producten te ontwerpen die duurzamer zijn (EPR, 2023 en ESPR, 2024)

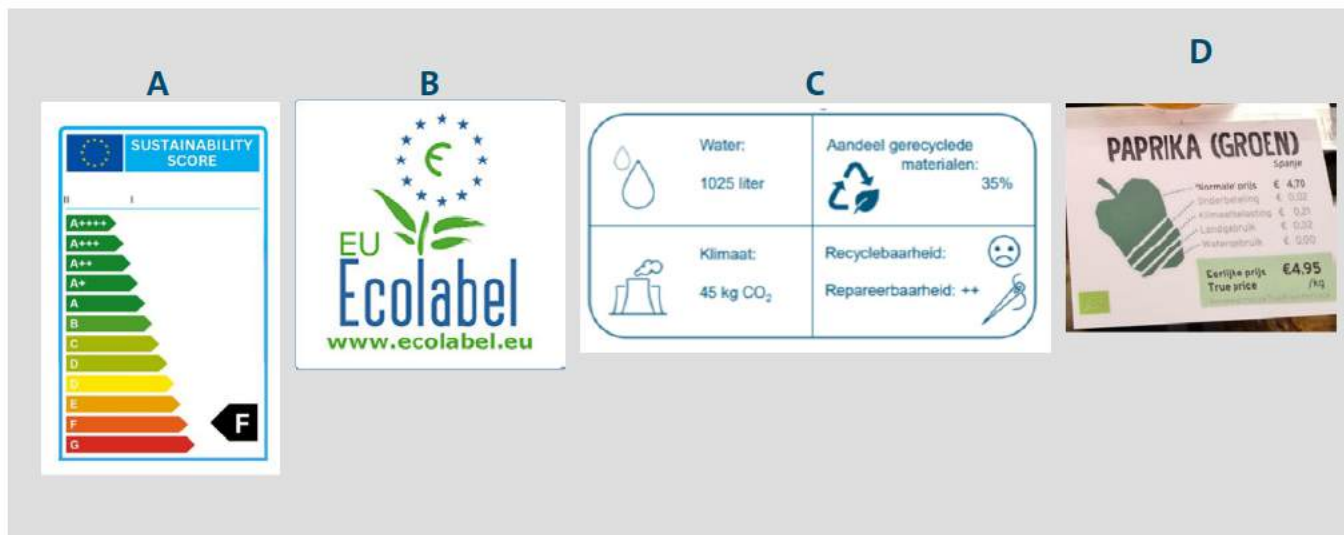
- De export van textielafval beperken en wereldwijd duurzame textiel promoten (EU Waste Framework Directive, 2021 en herzien in 2023)
- De verplichting dat steeds meer bedrijven hun milieu-impact moeten rapporteren en door derde partijen laten verifiëren (CSRD- Corporate Sustainability Reporting Directive, 2023). Voor de grotere MKB-bedrijven (meer dan 250 medewerkers en/of meer dan 50 miljoen euro omzet per jaar en/of meer dan 25 miljoen euro op de balans) geldt deze verplichting vanaf 2025.

Introductie fysiek en digitaal duurzaamheidslabel

In de Strategie voor Duurzaam en Circulair Textiel (2022) kondigt de Europese Commissie ook aan te kijken naar zowel een fysiek als digitaal duurzaamheidslabel voor textiel. De introductie van dit label zou geregeld kunnen worden onder de herziening van de Textiel Labeling Verordening en de Kaderverordening Ecodesign (ESPR) omdat deze betrekking hebben op verplichte fysieke en digitale informatieverstrekking door producenten aan consumenten over de duurzaamheid van het product. De Textiel Labeling Verordening verplicht producenten om nauwkeurige en transparante informatie over o.a. samenstelling van textielproducten stevig vastgenaaid in product te vermelden (zie Figuur 1). Dit rapport gebruikt de term 'etiket' voor het label dat stevig vastgenaaid zit in textielproducten waarin o.a. informatie staat over de samenstelling van het product. Onder de Kaderverordening Ecodesign wordt het mogelijk om informatieverplichtingen te introduceren rondom o.a. productprestaties, bijvoorbeeld in een Digitaal Product Paspoort (DPP) voor meer toelichting op het juridische kader. Zie Bijlage 1 Juridische context voor meer toelichting op het juridische kader.



Figuur 1: Een voorbeeld van een textiel etiket.



Figuur 2: Voorbeelden van verschillende duurzaamheidslabels en keurmerken. A: een voorbeeld gebaseerd op het energielabel (bron: RHDHV). B: het keurmerk EU Ecolabel (bron: EU Ecolabel). C: een voorbeeld gebaseerd op concrete getallen (bron: RHDHV). D: een voorbeeld met 'true price' (bron: trueprice.org)

Het woord 'duurzaamheidslabel' is een overkoepelende term voor manieren om consumenten te informeren over de duurzaamheid van een product. Dit kan gedaan worden door middel van een keurmerk, bedrijfslogo, beeldmerk en/of claims. Milieu Centraal maakt als volgt onderscheid tussen deze verschillende typen duurzaamheidslabels⁷:

- Een keurmerk is altijd van een partij die onafhankelijk is van degene die de producten produceert en/of verkoopt. Iedereen die aan de duurzaamheidseisen voldoet, kan zich aanmelden om het keurmerk op zijn product of dienst te zetten. De keurmerkeigenaar verkoopt zelf geen producten. Een voorbeeld van een keurmerk is het EU Ecolabel (zie Figuur 2B). Producenten mogen dit label gebruiken in hun communicatie aan consumenten als zij voldoen aan

bepaalde vereisten rondom de productie van textiel.

- Een bedrijfslogo is een afbeelding die hoort bij eisen waaraan een product of leveranciers moeten voldoen. Deze afbeelding wordt beheerd door een bedrijf of (groep van) aanbieder(s), die zelf deze eisen stellen. Andere bedrijven of aanbieders van een vergelijkbaar product kunnen dit logo niet gebruiken. Soms is voor deze logo's goede, onafhankelijke controle opgezet, maar niet altijd.
- Overige beeldmerken en claims. Bedrijven kunnen ook informatiologo's gebruiken, zoals was symbolen in textiellabels. Er zijn ook bepaalde geschreven claims die door de wet gereguleerd zijn. Volgens Artikel 9, lid 1 van de Textiel Labeling Verordening mogen termen zoals "100%" of "zuiver" alleen worden gebruikt als het textielproduct volledig uit één enkele

vezel bestaat. Daarnaast kunnen bedrijven ook verplicht zijn bepaalde informatie te presenteren in de vorm van een logo. Een voorbeeld daarvan is het Energielabel (zie Figuur 2A), een door de EU verplicht informatielogo dat aangeeft hoe energiezuinig een product is in vergelijking met soortgelijke producten.

- Sommige bedrijven communiceren over de duurzaamheid van hun product met claims over specifieke parameters, zoals de hoeveelheid Co₂ die gebruikt is voor productie. Communicatie over duurzaamheid wordt ook in de vorm van True Pricing toegepast, waarbij de kosten voor milieu-impact bij het product worden vermeld (zie Figuur 2D).

De herziening van de Textiel Labeling Verordening en de Kaderverordening Ecodesign (ESPR) biedt mogelijkheden tot invoering van zowel een keurmerk als het stellen van verplichtingen rondom gebruik van overige beeldmerken en claims. Dit rapport hanteert de overkoepelende term 'duurzaamheidslabel', om beide categorieën te omvatten. Een 'duurzaamheidslabel' kan in theorie overal op en rondom een textielproduct vermeld worden: bij de prijsvermelding (online of op een hangtag), in het textielproduct zelf, los van het product op een aparte website of afgedrukt in het textiel etiket.

1.2 Doel onderzoek

Het Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat (I&W) is voorstander van de introductie van een verplicht Europees duurzaamheidslabel voor textielproducten op de Europese markt. Het Ministerie I&W heeft daarom aan Royal HaskoningDHV (RHDHV) gevraagd een onderzoek te doen naar de vereisten van een dergelijk textiellabel. De kernvraag van het onderzoek luidt:

Wat zijn de eigenschappen van een textiellabel dat op een betrouwbare, begrijpelijke en vergelijkbare manier informatie over de milieu-impact van het product aan de consument overdraagt?

Deze kernvraag is onder te verdelen in drie deelvragen:

1. Hoe kan het label eruit zien (de presentatievorm)?
2. Waarop kan het label gebaseerd worden (indicatoren en rekenmethode)?
3. Welke andere acties kunnen bijdragen aan het vergroten van de betrouwbaarheid, begrijpelijkheid en vergelijkbaarheid van het label (overige factoren)?

1.3 Onderzoeksverantwoording

Dit onderzoek is uitgevoerd tussen maart en november 2024 door Royal HaskoningDHV (hierna: RHDHV) in opdracht van het ministerie I&W. Om tot een antwoord ter komen op de kernvraag van het onderzoek heeft RHDHV een plan van aanpak opgesteld bestaande uit twee stappen:

1. Inzichten vanuit consumentenonderzoek

Middels een literatuurstudie is gedragswetenschappelijk onderzoek verzameld naar eigenschappen en voorwaarden die voor consumenten een duurzaamheidslabel betrouwbaar, vergelijkbaar en begrijpelijk maken. Op basis van deze literatuurstudie heeft RHDHV concept labels opgesteld die zijn getoetst onder consumenten op straat in een kwalitatieve peiling.

2. Inzichten vanuit producenten en experts door middel van een expertsessies en interviews

Daarnaast zijn producenten en experts tijdens een bijeenkomst en in interviews bevraagd over hoe in hun ogen een betrouwbaar, begrijpelijk en vergelijkbaar duurzaam kledinglabel eruit zou zien, op welke indicatoren en rekenmethode het label gebaseerd kan worden en welke voorwaarden, kansen en uitdagingen zij zien voor succesvolle invoering van het label.

Aan de hand van deze twee stappen is de benodigde informatie en data verzameld waarmee een analyse gedaan is naar de mogelijkheden voor een begrijpelijk, betrouwbaar en vergelijkbaar duurzaamheidslabel voor textiel. Aan de hand van deze analyse geeft RHDHV adviezen aan het Ministerie van Infrastructuur & Waterstaat voor de ontwikkeling van een begrijpelijk, betrouwbaar en vergelijkbaar verplicht Europees duurzaamheidslabel voor textiel.

2 Resultaten

2.1 Inzichten vanuit consumentenonderzoek

2.1.1. Literatuuronderzoek

Door middel van literatuuronderzoek is eerst het huidige gebruik van textiel etiketten en duurzaamheidslabels van consumenten in beeld gebracht. Vervolgens is onderzocht wat bekend is uit de literatuur over factoren die de begrijpelijkheid, betrouwbaarheid en vergelijkbaarheid van duurzaamheidslabels beïnvloeden. Tot slot is gezocht naar adviezen op basis van gedragswetenschappelijk onderzoek rondom effectieve implementatie van duurzaamheidslabels.

Analyse van het huidige gebruik van textiel etiketten en duurzaamheidslabels door consumenten

Beperkt gebruik etiketten bij aankoopbeslissingen door consumenten.

Onderzoek⁸ naar gebruik van etiketten in kleding door consumenten liet zien dat hoewel consumenten over het algemeen in staat zijn om specifieke informatie te vinden op het etiket, zoals maat en materiaalgebruik, de praktische toepassing van deze kennis meestal ontbreekt. Consumenten lezen etiketten inconsistent en maken beperkt gebruik van informatie op een etiket bij aankoopbeslissingen.

Etiketten voldoen vaak niet aan regelgeving

Daarnaast toont onderzoek⁹ aan dat veel textiel etiketten niet voldoen aan regelgeving rondom informatieverplichtingen en daarmee incompleet zijn, wat de bruikbaarheid voor consumenten verkleint en

de noodzaak voor goed toezicht op naleving van regels rondom de informatie op etiketten aantoont.

Gebrek aan kennis, zorgen om greenwashing en overvloed aan duurzaamheidslabels maken duurzame keuze maken lastig voor consumenten

Er is bij consumenten in duurzaamheidsgedrag rondom kleding sprake van een zogenaamde intention-behaviour gap¹⁰. De intentie van consumenten om duurzamere kleding te kopen vertaalt zich niet altijd naar daadwerkelijk aankoopgedrag. Onderzoek¹¹ laat zien dat consumenten over het algemeen positief staan tegenover duurzame kleding, maar vaak kennis missen over de milieuvriendelijke aspecten van kleding en een gebrek aan kennis hebben van duurzaamheidskeurmerken en -labels. Hoewel consumenten interesse hebben in labels die informatie geven over herkomst en duurzaamheid van een product, twijfelen zij over de betrouwbaarheid van duurzaamheidslabels¹². Een overvloed aan duurzaamheidsclaims vergroot de complexiteit voor consumenten^{13 14}.

Duurzaamheidslabels verwarrend en moeilijk te begrijpen

Consumenten vinden duurzaamheidslabels vaak ook verwarrend en moeilijk te begrijpen. Jongere consumenten (18-34) hebben meer moeite met het begrijpen van labels en besteden minder tijd aan het lezen ervan vergeleken met consumenten van 35 jaar en ouder¹⁵.

Duurzaamheidslabels werken nu vooral voor 'groene' consumenten.

Onderzoek¹⁶ laat zien dat kennis en het bewustzijn van labels voornamelijk beperkt zijn tot de zogenoemde 'groene' consumenten. Voor deze groep al overtuigde consumenten bieden duurzaamheidslabels vaak informatie of duwtjes richting duurzamer gedrag.

Negatieve labels zijn effectiever in het beïnvloeden van voorkeuren van consumenten dan positieve labels

Ander onderzoek¹⁷ laat zien dat negatieve labels (die schade aan het milieu aangeven) effectiever zijn in het beïnvloeden van voorkeuren van consumenten dan positieve labels (die voordelen voor het milieu aantonen). In het bijzonder spreken positieve labels mensen aan met sterke interesse in duurzaamheid, terwijl mensen die daar minder interesse in hebben gevoeliger zijn voor negatieve labels.

Factoren die de begrijpelijkheid, betrouwbaarheid en vergelijkbaarheid van duurzaamheidslabels beïnvloeden

In een Rapid Review uit 2021 concludeerden onderzoekers dat 1) kennis en bewustzijn; 2) vertrouwen; en 3) begrip van de intenties en doelen van een label kritieke factoren zijn voor de effectiviteit van duurzaamheidslabels in het gebruik ervan door consumenten. Hoe kan volgens onderzoek aan deze kritieke factoren gewerkt worden? Om een duurzaamheidslabel voor textiel voor consumenten begrijpelijk, betrouwbaar en vergelijkbaar te maken, zijn een aantal factoren van belang.



Begrijpelijkheid

1. Eenvoud, duidelijkheid en gebruiksgemak

Labels moeten gemakkelijk te lezen en te begrijpen zijn. Het gebruik van duidelijke, niet-technische taal en eenvoudige, herkenbare symbolen kan consumenten helpen om snel de duurzaamheidseigenschappen van een product te begrijpen¹⁸.

Volgens het Technology Acceptance Model (TAM) beïnvloedt het waargenomen gebruiksgemak de houding en koopintentie van consumenten ten aanzien van duurzaamheidslabels. Labels die eenvoudig te interpreteren en gebruiken zijn, worden sneller geaccepteerd door consumenten¹⁹.

2. Zichtbaarheid

Labels moeten goed zichtbaar²⁰ zijn voor consumenten, en informatie over labels moet zichtbaar zijn op kritieke beslissingsmomenten, zoals bij verkooppunten²¹.



Betrouwbaarheid

1. Certificering door derden

Vertrouwen in duurzaamheidslabels wordt vaak versterkt door certificering door derden. Consumenten moeten deze certificeringen door derden als geloofwaardig beschouwen om effectief te zijn²². Eco-labels die zijn gecertificeerd door gerenommeerde instanties, zoals overheden, NGO's of consumentenorganisaties, genieten meestal meer vertrouwen dan die van producenten of retailers²³.

2. Transparantie en consistentie

De methoden en criteria die worden gebruikt voor certificering moeten transparant, accuraat en gebaseerd op goed gevestigde methoden zijn. Het is van belang om een balans te vinden tussen het verstrekken van voldoende informatie om geloofwaardigheid, nauwkeurigheid en transparantie te waarborgen, zonder dat dit leidt tot een te grote cognitieve of administratieve belasting²⁴.

3. Effectief toezicht

Snelle en grondige detectie van misbruik, gecombineerd met strenge maar eerlijke en evenredige straffen of kosten, kan bedrijven ontmoedigen om zich slecht te gedragen, naleving belonen, en het vertrouwen bij consumenten versterken²⁵.



Vergelijkbaarheid

1. Standaardisatie

Het gebrek aan harmonisatie in beoordelingsmethoden en categorieën van duurzaamheid kan de effectiviteit van duurzaamheidslabels belemmeren. Een gestandaardiseerde methode die verschillende categorieën van duurzaamheid omvat, kan consumenten helpen om producten gemakkelijker te vergelijken²⁶.

2. Meta-Duurzaamheidslabeling

Een vergelijking op basis van de levenscyclus van textieleco-labels toont aan dat veel labels zich richten op specifieke aspecten zoals toxiciteit en watergebruik, maar andere belangrijke fasen verwaarlozen. Uitgebreide dekking zorgt ervoor dat consumenten goed onderbouwde vergelijkingen kunnen maken²⁷. Meta-duurzaamheidslabels, die meerdere duurzaamheidsaspecten in één label integreren, kunnen de complexiteit en ambiguïteit van informatie verminderen. Deze benadering kan het voor consumenten gemakkelijker maken om producten te vergelijken op een breder scala aan duurzaamheidscriteria²⁸.

Implementatie adviezen

Uit literatuur naar de effectiviteit van duurzaamheidslabels komen verschillende adviezen rondom effectieve implementatie van labels naar voren:

1. Doelgroepsegmentatie

Onderzoekers adviseren rekening te houden met de verschillende voorkeuren van consumentensegmenten²⁹. Door deze segmenten te begrijpen, kunnen labels beter worden afgestemd op de behoeften van verschillende consumentengroepen. Gedragswetenschappen bieden manieren om communicatie te personaliseren voor verschillende doelgroepen, zoals doelgroepsegmentatie. Gepersonaliseerde communicatie die rekening houdt met verschillende waarden kan de impact op consumenten vergroten³⁰. Sommige consumenten geven bijvoorbeeld de voorkeur aan labels die meerdere duurzaamheidsaspecten combineren, terwijl anderen zich richten op specifieke kenmerken zoals biologische certificering³¹. Sommige consumenten zullen bereid zijn meer informatie op te zoeken, bijvoorbeeld door een QR code te scannen of een Digitaal Product Paspoort te lezen³².

2. Campagnes en voortdurende educatie noodzakelijk om effectiviteit van labels te vergroten.

Consumenten moeten op de hoogte zijn van het bestaan van een label en de intenties en doelen van een label begrijpen en waarderen om geïnformeerde keuzes te maken over een aankoop en gebruik van het product na aankoop. Onderzoekers adviseren³³ om in te zetten op campagnes en voortdurende educatie bij de invoering van duurzaamheidslabels. Deze kunnen bijdragen aan het verhogen van zichtbaarheid, herkenning, relevantie en begrip van duurzaamheidslabels. Bewustzijn en intentie om producten met labels te kopen kan vergroot worden door in de communicatie persoonlijk voordeel voor de consument, negatieve uitkomsten voor het milieu en bekende biases rondom het nemen van beslissingen te incorporeren³⁴.

2.1.2 Consumentenpeiling

Doel consumentenpeiling

Uit het literatuuronderzoek komt het belang naar voren van een simpel, eenvoudig te gebruiken en goed zichtbaar meta-label dat onafhankelijk en zorgvuldig wordt gecontroleerd en gebruik maakt van gevestigde, gestandaardiseerde methoden. Daarnaast zijn doelgroepsegmentatie, campagnes en educatie nodig voor effectieve implementatie van een label. Om de inzichten uit het literatuuronderzoek aan te vullen is een consumentenpeiling in winkelstraten onder 50 consumenten uitgevoerd.

Het doel van deze peiling was om een scherper beeld te vormen van de wensen en voorkeuren van consumenten voor een duurzaamheidslabel voor textiel. Tijdens de peiling op straat zijn verschillende soorten labels getoetst (zie figuur 3, 4 en 5). Er werd in eerste instantie een textiel product getoond met een meta-label (op een online webshop of fysiek) met een totaalscore op duurzaamheid. Deze totaalscore werd getoond in de vorm van een enkele ABCDE-score, ondersteund door rood naar groen kleurgebruik.

Dit type label is geselecteerd omdat deze lijkt te voldoen aan de criteria van het literatuuronderzoek rondom eenvoud, gebruiksgemak en metalabels. Ook geeft het de mogelijkheid tot negatieve scores, wat effectiever blijkt in het beïnvloeden van voorkeuren van consumenten dan positieve informatie. Daarnaast is gebleken dat dit type label effectief kan zijn voor andere productgroepen zoals voeding (Nutriscore) en woningen (Energie label) in het ondersteunen van consumenten in vergelijking tussen producten.

Na het tonen van het metalabel met ABCDE-score zijn andere versies van labels voorgelegd, met als doel te onderzoeken welke informatie voor consumenten (nog meer) belangrijk is:

1. Een meta-label dat lijkt op de Nutriscore en het Energielabel met verwijzing naar de EU, dat mogelijk bijdraagt aan de perceptie van de betrouwbaarheid van het label
2. Twee labels die over specifieke indicatoren van duurzaamheid informeren, wat mogelijk begripelijkheid vergroot of beter aansluit bij de voorkeuren van bepaalde consumenten: ofwel in ABCDE-scores per indicator, ofwel door middel van specifieke getallen over deze indicatoren (zoals liter watergebruik en kg Co₂ uitstoot).

Opzet consumentenpeiling

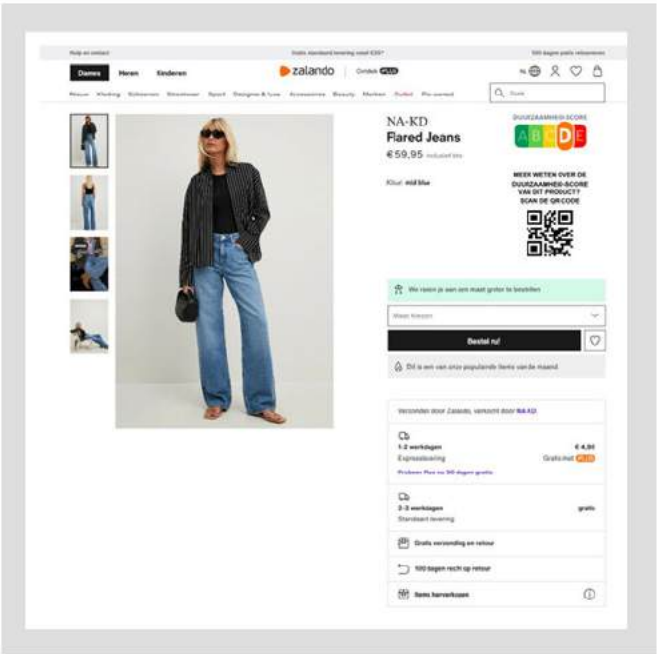
Tijdens het interview werd deelnemers gevraagd naar:

- hun visie op duurzaamheid in combinatie met kleding;
- Begripelijkheid van het duurzaamheidslabel (aan de hand van het getoonde voorbeeld);
- Betrouwbaarheid van labels;
- Invloed op koopgedrag;
- Vergelijkbaarheid van duurzaamheid van kleding aan de hand van het duurzaamheidslabel;
- Het vergelijken van verschillende soorten labels (zoals te zien in Figuur 5);
- Het digitale product paspoort.

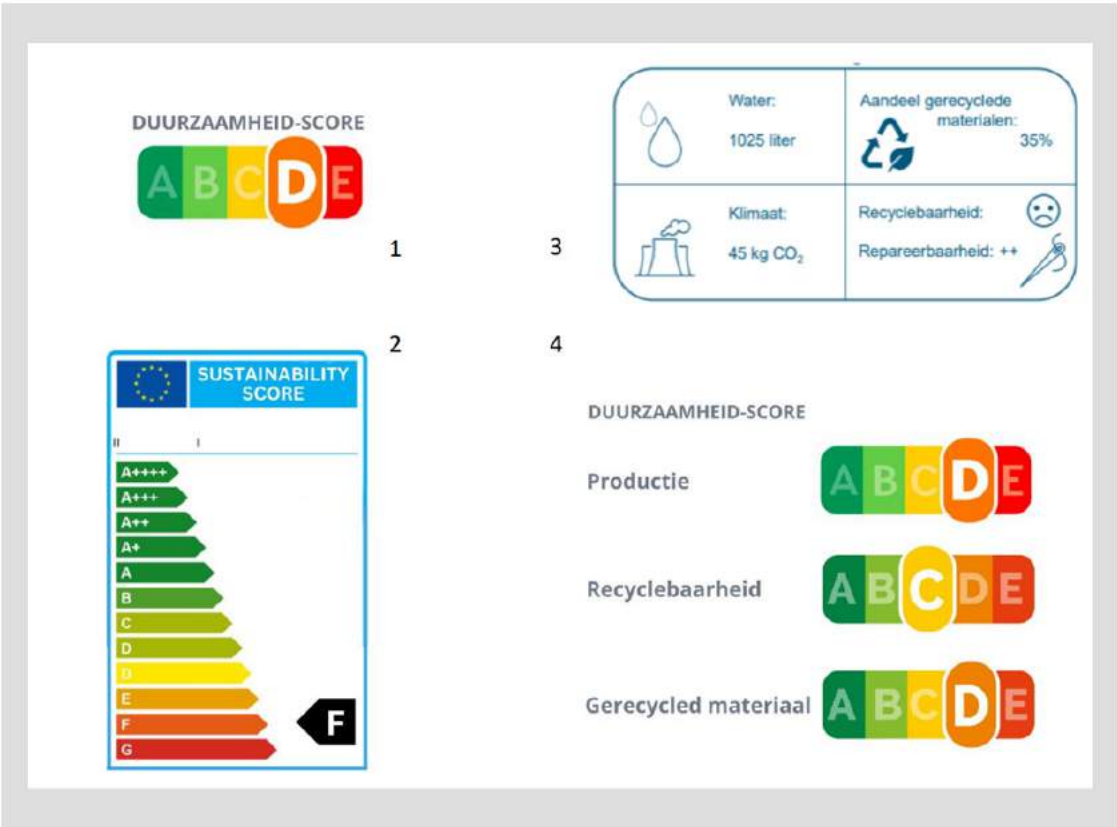
Details over de opzet van het onderzoek zijn te vinden in Bijlage 2. Opzet onderzoek consumentenpeiling. Ook werd deelnemers verschillende fysieke voorbeelden van labels getoond, zoals te zien in Figuur 3, 4 en 5. Een volledig beeld van de voorbeelden van labels die aan deelnemers zijn getoond zijn te vinden in Bijlage 4. Beeldmateriaal consumentenpeiling.



Figuur 3: Foto's van het fysieke voorbeeld dat getoond werd tijdens de consumentenpeiling op straat (bron: RHDHV).



Figuur 4: Scherm afbeelding van het voorbeeld van een webshop dat getoond werd tijdens de consumentenpeiling op straat (bron: RHDHV). Er is ook nog een andere variant van deze scherm afbeelding getoond aan sommige respondenten, namelijk de variant met het duurzaamheidslabel gebaseerd op het energielabel.



Figuur 5: Voorbeeld van de duurzaamheidslabels zoals getoond aan de respondenten tijdens de consumentenpeiling (bron: RHDHV). Grotere versie te vinden in Bijlage 4. Beeldmateriaal consumentenpeiling.

Resultaten consumentenpeiling

In dit hoofdstuk zullen we ingaan op de resultaten van de consumentenpeiling. De grafische weergaves van deze resultaten zijn te vinden in Bijlage 5 Resultaten consumentenpeiling.

Visie op duurzaamheid met betrekking tot kleding

Aan het begin van de peiling werden deelnemers gevraagd naar de mate waarin zij duurzaamheid meenemen in hun aankoop van kleding op een schaal van 1 tot 10 (1=helemaal niet, 10= helemaal wel). De respondenten scoorden zichzelf gemiddeld een 5,13.

Op de open vraag ‘Wat betekent duurzaamheid voor jou bij het kopen van kleding?’ waren ‘lange levensduur’ (15) en ‘duurzame materialen’ (17) de meest gegeven antwoorden. Wat opviel is dat het antwoord ‘goede arbeidsomstandigheden’ (12) als het genoemd werd, vaak als eerste benoemd werd. Het is dus het meest top-of-mind. Volgens de ESPR en TLR vallen arbeidsomstandigheden buiten de scope van ‘duurzaamheid’. Termen die betrekking hebben op niet consumeren van (nieuwe) kleding, zoals ‘minder kopen’ (3), of het kopen van ‘tweedehands’ (14), ‘vintage’ (6), werden minder vaak genoemd.

Begrijpelijkheid van het duurzaamheidslabel

Figuur 3 en Figuur 4 geven een overzicht van de visuele voorbeelden zoals deze getoond zijn aan de respondenten. Na de twee introductievragen kregen de consumenten een voorbeeld van een duurzaamheidslabel te zien. De voorbeelden wisselden tussen de ‘duurzaamheids-score’ (een variant gebaseerd op de Nutriscore) en de ‘sustainability-score’ (een variant gebaseerd op het energielabel). Respondenten werd de open vraag gesteld wat er bij hen opkomt bij het zien van het duurzaamheidslabel.

Het viel het overgrote deel (32) van de respondenten meteen op dat het getoonde textielproduct laag scoorde volgens het getoonde duurzaamheidslabel. Sommigen noemden dat de lage score hen afschrikt om het textielproduct te kopen (5). De gelijkenissen met het energielabel (11) en de Nutriscore (3) werden ook meerdere keren genoemd. Verder hadden sommige meteen vragen die in hen opkwamen, zoals ‘hoe wordt dit bepaald?’ (6), ‘zijn er categorieën?’ (3) en ‘wat betekent F?’.

Respondenten werd gevraagd aan te geven hoe begrijpelijk zij het duurzaamheidslabel vinden (op een schaal van zeer onbegrijpelijk tot zeer begrijpelijk). Over het algemeen werd het duurzaamheidslabel als zeer begrijpelijk (23) of begrijpelijk (14) bevonden. Degenen die aangaven het label ‘neutraal’ (9) of ‘zeer onbegrijpelijk’ (3) te vinden hadden twijfels over de rekenmethode of hoe het label tot stand was gekomen.

Een enkeling gaf aan het concept ‘duurzaamheid’ niet te kennen, het label slecht te kunnen lezen omdat ze hun bril niet ophadden of dachten dat het alleen

over energie ging in plaats van duurzaamheid. Het is belangrijk om deze opmerkingen mee te nemen in het opzetten van eventuele communicatie van het duurzaamheidslabel.

Vervolgens is door middel van open vragen onderzocht wat maakt dat respondenten het label begrijpelijk of onbegrijpelijk vinden. Beide getoonde voorbeelden hebben meerdere visuele eigenschappen die bijdragen aan de begrijpelijkheid van het label, zoals de kleuren, het grote lettertype van de score, de trapvorm die rangorde duidt (energielabel) en de visuele aanwijzing in de rangorde van de score.

Echter zijn er ook nog factoren waardoor consumenten de labels onbegrijpelijk vonden. Het grootste kritiekpunt was het grote aantal A-scores bij het ‘energielabel’ voorbeeld (A++++ (energielabel) (14), te veel groene kleuren (energielabel) (3) en te veel opties (energielabel) (3)). Ook begonnen meerdere respondenten over het categorieënsysteem zoals dat bestaat bij de Nutriscore. Ze gaven aan duidelijkheid te willen over het wel of niet bestaan van categorieën bij een duurzaamheidslabel.

Daarnaast hadden meerdere consumenten vraagtekens bij de rekenmethode, de gehanteerde definitie van duurzaamheid en vanaf welke score iets als ‘goed genoeg’ wordt beschouwd. Dit signaleert een aantal zaken, zoals dat consumenten behoefte hebben aan een beperkt aantal scores, duidelijk onderscheidbare kleuren bij de scores, duidelijkheid over de subcategorieën en duidelijkheid over of de scores absoluut zijn of gebaseerd zijn op een rekenmethode die producten binnen een categorie vergelijkt met elkaar.

Betrouwbaarheid van labels

Naast dat een label begrijpelijk moet zijn, is betrouwbaarheid van een label ook belangrijk. Het grootste deel van de respondenten gaf aan het label te vertrouwen (11, 15) of neutraal te zijn (18). Degenen die 'weinig vertrouwen' (2) of 'geen vertrouwen' (2) hadden, gaven die score vaak omdat het een nog niet bestaand label betrof. Afkomstig van overheid (17) en onafhankelijk (12) werden het vaakst genoemd rondom eigenschappen van een betrouwbaar label. Verder gaven consumenten aan dat hetzelfde label op meerdere plekken zien (9) ook helpt bij de betrouwbaarheid en het belangrijk te vinden dat het label overal op hetzelfde moment geïntroduceerd wordt (5). Dit geeft aan dat bij eventuele pilots voorafgaand aan invoering van een label, rekening gehouden moet worden met het voorkomen van verwarring bij consumenten.

Verder mocht volgens de respondenten de communicatie op het label over de initiërende en de controlerende partij nog duidelijker, dus niet alleen met logo's (zoals het EU-logo op het energielabel), maar ook met tekst. Transparantie over de rekenmethode (6) en de categorieën (2) werden ook genoemd als belangrijk voor de betrouwbaarheid. Als mogelijkheid om hieraan te voldoen werd door meerdere respondenten een samenvatting van de totstandkoming van de score op de achterkant van het label (in het geval van een fysiek label) of onder een 'tooltip' (in het geval van een webshop gesuggereerd).

Invloed op koopgedrag

Het grootste deel van de deelnemers beantwoordde de vraag 'Laat de score van een kledingstuk je aankoopgedrag beïnvloeden?' (op een schaal van 'nee, zeker niet' tot 'ja, zeker') met 'waarschijnlijk wel' (23) en 'ja, zeker' (11). Als voornaamste reden om de score mee te laten bepalen in de koop werd 'duurzaamheid is belangrijk' (26) genoemd. Verder werd ook vaker

Concrete voorbeelden wanneer respondenten wél naar een duurzaamheidslabel zouden handelen

Alleen als het hetzelfde score systeem zou zijn voor ieder kledingstuk, niet zoals bij de Nutriscore

Als alle kledingstukken dezelfde criteria hebben, niet losse categorieën zoals bij de Nutriscore

Als er toegelicht wordt waarom het slechter is (bijv. in de vorm van de plaatjes die je hebt bij sigarettenpakjes)

Als het kledingstuk aantoonbaar langer mee zou gaan

Als het mij helpt met vergelijken zonder dat het me extra tijd en moeite kost

Als je kleding er meer 'waard' door zou worden (bijvoorbeeld voor tweedehands verkoop) of een beloningssysteem

Bij een uitgebreidere toelichting/omschrijving

Filteroptie per duurzaamheidsscore bij een website zou geweldig zijn om duurzamer te handelen

Positief plaatje (visueel) over duurzaamheid (tegenovergestelde van pakjes op sigaretten)

Als het simpeler zou zijn; meer zoals Nutriscore

Tabel 1: Antwoorden op de vraag: Wanneer zou een label voor jou wel tot duurzamer gedrag kunnen leiden?

benoemd dat een lage score de keuze negatief zou beïnvloeden (11) dan dat een hoge score de keuze positief zou beïnvloeden (2).

Bijna alle respondenten konden op de open vraag 'leg uit waarom de score niet je aankoopgedrag beïnvloedt' situaties en redenen bedenken wanneer de score niet hun aankoopgedrag zou beïnvloeden. Dit waren prijs (12), 'als ik het kledingstuk heel leuk vind' (11), 'kledingstuk voor een speciaal evenement' (6) en 'urgentie' (5). Met urgentie werd vaak tijdsnood bedoeld. Sommige consumenten gaven meer persoonlijke motieven aan, zoals dat het hen simpelweg niet 'boeide' (5), dat ze zo'n label 'nog nooit gezien hadden bij kleding' en er dus ook niet naar gingen handelen (3) en dat het hen geen kostenbesparing opleverde (2).

Sommige respondenten gaven in hun antwoorden duidelijk aan niet beïnvloed te worden door een label

of dermate grote twijfels te hebben bij het label dat ze er niet naar zouden handelen. Zij gaven de volgende verbeterpunten/voorbeelden aan wat het label voor hen beter zou maken (zie Tabel 1).

Vergelijkbaarheid van duurzaamheid van kleding aan de hand van het duurzaamheidslabel

Consumenten waren overwegend positief over de mate waarin een duurzaamheidslabel hen zou helpen met het vergelijken van de duurzaamheid van verschillende kledingstukken (op een schaal van 'zeer onbehulpzaam' tot 'zeer behulpzaam'). De meerderheid van de consumenten koos voor zeer behulpzaam (18) en behulpzaam (20). De respondenten gaven aan dat hun belangrijkste redenen om niet voor 'zeer behulpzaam' te kiezen, twijfels over de rekenmethode en categorieën waren, evenals de onwil om kleding op duurzaamheid te vergelijken.

In deze fase van het interview kregen de respondenten Figuur 5 te zien. Van de vier gepresenteerde duurzaamheidslabels werd optie 4 het meest gekozen als favoriet (22). Tabel 5 in de Bijlage 5 Resultaten consumentenpeiling toont de redenen die respondenten aandroegen waarom een voorbeeldlabel makkelijk of juist moeilijk te begrijpen was. Respondenten benadrukten dat ze het waardeerden inzicht te hebben in de berekeningsmethode (of tenminste de subcategorieën) die aan de totale duurzaamheidsscore ten grondslag liggen.

Wel merkten zij op dat optie 4 momenteel nog een 'totaalscore' mist. Bij optie 1 werd het als negatief ervaren dat het te veel leek op Nutriscore, maar de eenvoud en duidelijkheid werden gewaardeerd. Optie 2 werd positief ontvangen als label, maar respondenten vonden dat het ontwerp te veel categorieën en opties bevatte. Consumenten vonden optie 3 te onduidelijk omdat de data voor hen niets betekende en het niet in één oogopslag duidelijk was of het kledingstuk duurzaam was, een eigenschap die de andere labels wel hadden.

Het digitale product paspoort

Aan het einde vroegen we de respondenten naar hun bereidheid om een digitaal productpaspoort te openen. Als er uitleg zou zijn over de rekenmethode achter de duurzaamheidsscore + het digitale product paspoort, zou de helft een QR-code voor meer informatie scannen. De meesten gaven aan dit alleen in het begin te doen en, zodra ze vertrouwd waren met het label, enkel nog op de totaalscore af te gaan. Respondenten gaven aan losse feiten en cijfers niet erg informatief te vinden, dus moet er een schaal van goede en slechte waarden worden toegevoegd aan een eventueel product paspoort.

Voor het digitale productpaspoort kwamen de items arbeidsomstandigheden (42), CO₂-uitstoot (35), lange levensduur (30) en duurzaam materiaal gebruik (26) naar voren als meest belangrijk voor de consument. Arbeidsomstandigheden wordt niet meegenomen in de eisen van de TLR of ESPR, maar wordt door consumenten wel veel gekoppeld aan duurzaamheid en is om die reden meegenomen in dit overzicht. Mocht er gekozen worden voor een labelvorm waarbij verschillende categorieën uitgelicht worden, worden de duurzaamheidsaspecten CO₂-uitstoot, levensduur, duurzaam materiaalgebruik en duurzaam productieproces het belangrijkste gevonden.

Algemene opmerkingen

Naast de beantwoorde vragen waren er ook verschillende algemene opmerkingen die opvielen en niet aan een specifieke vraag waren gekoppeld. Zo gaf één respondent aan dat het belangrijk zou zijn om transparant te zijn over wie de categorieën bepaalt (in het geval van een systeem vergelijkbaar met de Nutriscore) en of kledingproducenten hun eigen producten mogen categoriseren of dat dit door

een onafhankelijke partij gebeurt. Daarnaast merkten meerdere respondenten op dat alle woorden op het label in het Nederlands moesten staan, niet in het Engels.

Verder stelde een consument voor dat het herkenbaar is als er extra informatie beschikbaar kwam op een website wanneer ze met de muis over een informatiebolletje zouden zweven (dit heet tooltip), zoals al op veel andere websites gebruikelijk is en waarschijnlijk herkenbaar voor andere consumenten. Bovendien gaven meerdere consumenten aan dat ze een duurzaamheidsscore heel nuttig zouden vinden om verschillende merken met elkaar te vergelijken. Ze zouden ook bepaalde merken geheel vermijden als deze consequent laag zouden scoren.

Conclusies consumentenpeiling

De consumentenpeiling heeft waardevolle en interessante inzichten opgeleverd. Een van de belangrijkste bevindingen is dat 34 van de 50 respondenten aangeeft waarschijnlijk of zeker hun keuze voor een kledingstuk te laten beïnvloeden door de duurzaamheidsscore. Hierbij heeft een negatieve score meer invloed dan een positieve score.

De kernvraag van dit rapport is: Wat zijn de eigenschappen van een textiellabel dat op een betrouwbare, begrijpelijke en vergelijkbare manier informatie over de milieu-impact van het kledingstuk aan de consument overdraagt? Aan de hand van de consumentenpeiling komen wij op de volgende conclusies uit om deze kernvraag te beantwoorden.

Begrijpelijk



Ontwerp

1. **Maak het ontwerp groot genoeg en stel hierbij eisen bij de producent.** Sommige consumenten konden het label niet lezen omdat ze hun bril niet ophadden.
2. **Gebruik maar een beperkt aantal scores in het ontwerp.**
3. **Gebruik duidelijke en duidelijk onderscheidbare kleuren in het ontwerp.**
4. **Maak duidelijk waar én hoe er meer informatie over het label gevonden kan worden.** Consumenten hebben behoefte aan duidelijkheid over eventuele subcategorieën voor kledingproductgroepen en duidelijkheid over de onderliggende factoren in de rekenmethode.
5. **Zorg dat het label een eigen ontwerp heeft.** De exacte gelijkenissen tussen de Nutriscore en Energielabel werden als verwarrend beschouwd.
6. **Geef een totaalscore en zorg dat deze in 1 oogopslag duidelijk is.**
7. **Alle woorden op het label moeten in het Nederlands.** Een aantal consumenten gaf aan niet voldoende Engels te beheersen dat 'sustainability-score' hen wat zei.

Algemene inzichten

1. **Benadruk in de communicatie omtrent het label dat niet consumeren altijd de duurzaamste keuze is.** Consumenten benoemen het niet aanschaffen van (nieuwe) kledingstukken minder dan andere onderwerpen.
2. **Benadruk wat duurzaamheid is in de communicatie omtrent het label.** Sommige consumenten zijn niet bekend met het concept duurzaamheid.
3. **Maak inzichtelijk welke factoren meegenomen worden om tot een duurzaamheidsscore te komen.** Sommige consumenten dachten dat het alleen energie betrof.

Betrouwbaar



Ontwerp

1. **Laat duidelijk zien wie de initiator/eigenaar van het label is en zet dit er ook in woorden bij.** Sommige consumenten gaven aan alleen het logo van een instantie te onbegrijpelijk te vinden, waardoor het niet bijdraagt aan de betrouwbaarheid.
2. **Maak duidelijk waar én hoe er meer informatie over het label gevonden kan worden.** Door meerdere respondenten werd een samenvatting van de totstandkoming van de score op de achterkant van het label (in het geval van een fysiek label) of onder een 'tooltip' (in het geval van een webshop) genoemd.

Algemene inzichten

1. **Maak inzichtelijk welke factoren meegenomen worden om tot een duurzaamheidsscore te komen.** Transparantie over de rekenmethode en eventuele subcategorieën werden veel genoemd als belangrijk voor de betrouwbaarheid.
2. **Introduceer het label overal op hetzelfde moment.** Consumenten gaven aan dat hetzelfde label op meerdere plekken zien helpt bij de betrouwbaarheid.

Vergelijkbaar



Ontwerp

1. **De duurzaamheidsaspecten CO₂-uitstoot, levensduur, duurzaam materiaalgebruik en duurzaam productieproces worden het belangrijkste gevonden.** In het geval van een productpaspoort of een label waarbij verschillende categorieën uitgelicht worden vinden consumenten deze het belangrijkste.
2. **Voeg een totaalscore toe aan het duurzaamheidslabel.** Duurzaamheidslabel optie 4 was favoriet, maar een totaalscore werd gemist.

Algemene inzichten

1. **De QR-code zal voornamelijk in het begin gescand worden.** De meeste respondenten gaven aan dit alleen in het begin te doen en, zodra ze vertrouwd waren met het label, enkel nog op de totaalscore af te gaan.
2. **Losse feiten en cijfers worden als niet informatief en verwarrend beschouwd, voeg een vergelijkingsmiddel toe.** Losse feiten en cijfers worden als niet informatief en verwarrend voor de consument beschouwd, dus moet er een schaal van goede en slechte waarden worden toegevoegd aan een eventueel product paspoort.

2.2 Expertpeiling

Tijdens een expertsessie is met genodigden van brancheorganisaties, onderzoeks- en kennisinstellingen en kledingmerken gesproken over een verplicht Europees duurzaamheidslabel voor textiel. Aan hen is gevraagd of zij meerwaarde zien in een verplicht Europees kledinglabel, hoe het label eruit zou kunnen zien, op basis van welke indicatoren het berekend kan worden en welke factoren belangrijk zijn voor succesvolle implementatie van het label. Na de expertsessie zijn vijf interviews uitgevoerd om aanvullende informatie te verkrijgen.

RHDHV heeft gesproken met twee duurzaamheidsexperts van kledingproducenten, toezichthouders van de ILT en NVWA en ambtenaren van het Ministerie van Volksgezondheid Welzijn en Sport die ervaring hebben met het invoeren van de Nutriscore. Een verslag van de expertsessie en interviews is te vinden in Bijlage 6. Resultaten peiling experts en producenten. Deze stappen resulteerden in een aanvullend perspectief van producenten en experts op eigenschappen en voorwaarden voor een betrouwbaar, vergelijkbaar en begrijpelijk duurzaamheidslabel voor kleding. De inzichten uit de expertsessie en interviews zijn hieronder gebundeld.

Verplicht Europees label kan duidelijkheid voor consumenten en producenten scheppen

In de kledingindustrie wordt duurzaamheid steeds belangrijker, en veel bedrijven zetten stappen om hun productieprocessen te verduurzamen. Veel bedrijven maken al gebruik van bestaande duurzaamheidslabels en certificeringen zoals GRS, RCS, OCS, Better Cotton en Oekotex. Deze private certificeringen helpen om

transparantie te bieden over de milieuvriendelijkheid van hun producten. Een verplicht label zou volgens experts een meerwaarde kunnen bieden voor consumenten en producenten, omdat het zorgt voor een uniforme taal waarmee producten worden beoordeeld.

Momenteel zijn er zoveel verschillende labels en standaarden dat het voor consumenten moeilijk is om textiel op duurzaamheid te vergelijken. Een eenduidig label kan deze vergelijking eenvoudiger maken. Voor bedrijven is het gunstig als er EU regulering is, zodat zij niet hoeven om te gaan met verschillende regels per land. Men geeft aan dat van bestaande private duurzaamheidslabels tegengas kan worden verwacht bij invoering van een verplicht Europees duurzaamheidslabel vanwege de concurrentie die dit label zal meebrengen.

Label moet in het oog springen en eenvoudig te begrijpen zijn

Experts en producenten geven aan dat het label direct in het oog moet springen, bij voorkeur op het prijskaartje, aangezien dit door elke consument wordt bekeken. De meeste consumenten lezen geen lange teksten, dus het label moet snel en duidelijk zichtbaar zijn. De informatie moet eenvoudig en niet te complex zijn, door gebruik van een kleurcode. Er is zorg dat als de consument veel informatie krijgt, er een datadump ontstaat zonder dat de consument er echt iets mee kan doen.

Informatie moet dus niet alleen verstrekt worden, maar ook begrijpelijk zijn voor de consument. Een QR-code kan een handige manier zijn om meer gedetailleerde informatie te bieden zonder dat dit op het fysieke label hoeft te staan. Het is ook belangrijk dat het label niet

alleen op de hangtag (die snel wordt weggegooid) maar ook in het etiket van het textielproduct wordt opgenomen, zodat de informatie beschikbaar blijft na aankoop. Experts geven aan dat onderzoek onder consumenten naar welk label het beste werkt aan te raden is.

ABCDE-score helpt voor vergelijkbaarheid, in Digitaal Product Paspoort kan aanvullende informatie worden verstrekt

Wat betreft vergelijkbaarheid, zou een ABCDE-score een duidelijke en herkenbare manier zijn om de duurzaamheid van verschillende producten naast elkaar te zetten. Om consumenten echter goed te informeren, is het noodzakelijk om uit te leggen waarom een bepaald product een bepaalde score heeft gekregen. Een Digitaal Product Paspoort (DPP) kan hierbij helpen door een dieper inzicht te geven in de herkomst van materialen, productieprocessen en andere relevante informatie. Consumenten moet ook inzicht gegeven worden in hoe het product duurzaam gebruikt kan worden, zoals hoe vaak het gedragen moet worden.

Combinatie fysiek en digitaal label ideaal voor consument, maar online biedt meeste mogelijkheden voor accurate en volledige informatie voor producent

Experts geven aan dat het belangrijk is dat er goed wordt nagedacht over het moment van dataverzameling tijdens het ontwerpproces. Veel beslissingen worden namelijk pas in een laat stadium genomen, wat invloed kan hebben op de nauwkeurigheid van de informatie die in het label terechtkomt. Experts geven aan dat data nog zo snel wijzigen, dat alleen een digitaal label de juiste gegevens zal bevatten ten tijde van verkoop, zeker als er een langere tijd zit tussen productie en verkoop. Etiket informatie moet al relatief vroeg in het proces toegevoegd worden en is volgens producenten daarom niet ideaal voor het opnemen van een duurzaamheidslabel.

Een digitaal label biedt producenten de mogelijkheid om in een later stadium informatie toe te voegen en aan te passen. Daarom heeft dit de voorkeur van de producenten. Ook voor consumenten zitten voordelen aan een digitaal label. Ze kunnen in een online label na aankoop eenvoudig informatie terugvinden. Voor invloed op een aankoopbeslissing geven experts echter aan dat een online label niet ideaal is.

Experts verwachten dat consumenten voor aankoop vooral op de hangtag van een product kijken en niet snel geneigd zijn naar een etiket of online label te kijken. Daarom ligt een combinatie van een offline en online label volgens experts voor de hand. Dit

zou gedaan kunnen worden door te werken met een duurzaamheidsscore op een hangtag, zodat consumenten deze informatie mee kunnen nemen in hun aankoopbeslissing. Op de hangtag kan een QR code opgenomen worden dat naar het Digitale Productpaspoort verwijst. Hier kan onderbouwing van de score en andere uitleg over duurzaam gebruik worden getoond. In het textiel etiket zou ook de QR code opgenomen kunnen worden, zodat consumenten na aankoop en na het weggooien van de hangtag nog steeds informatie kunnen opzoeken over de duurzaamheid van het product.

Gebruik PEF ligt voor de hand voor onderbouwing score, maar kritiek op deze methode vanwege kostbaarheid, complexiteit en gebruik te generieke data

Experts geven aan dat de meest voor de hand liggende methode om te gebruiken voor het berekenen van milieu-impact voor textiel de Product Environmental Footprint (PEF) methode is. De PEF schept een kader waarmee de impact van textiel op een uniforme wijze kan worden berekend. In een PEF-rapport worden naast de milieueffecten (LCA impact categorieën), die uiteindelijk teruggebracht worden tot een single score en de verspreiding van microvezels, ook kwaliteit en gebruiksduur van een specifiek textielproduct in kaart gebracht.

De methodiek die hiervoor gaat gelden, de category rules, worden begin 2025 vastgesteld. Voor de vertaling naar een score gaat de PEF uit van een vergelijking

met het gedefinieerde referentieproduct. De PEF zal waarschijnlijk verplicht worden als bedrijven milieueclaims naar buiten willen brengen.

Experts zien echter veel uitdagingen bij de implementatie van een label dat PEF gebruikt. Zo werken de meeste bedrijven met verschillende standaarden en hanteren ze niet dezelfde chain of custody. Bovendien is de impactmeting van producten op dit moment verre van gangbaar in de sector, waarbij slechts een handvol bedrijven werkt met LCA's of de PEF-methode. LCA's zijn kostbaar en ingewikkeld, zeker voor textielproducenten die veel verschillende producten maken.

Het verzamelen van gegevens op productniveau kost veel tijd en leidt tot rompslomp in de administratie. Bovendien is er momenteel vaak geen product-specifieke data uit de voortbrengingsketen beschikbaar. Er zijn daarom zorgen over de kosten voor bedrijven, zeker kleinere bedrijven. Bedrijven zouden bij de invoering van een duurzaamheidslabel moeten beginnen met generieke gegevens die niet noodzakelijk representatief zijn voor hun eigen producten.

Dit leidt tot generalisaties die afbreuk doen aan de waarde van het label. Het verzamelen van gedetailleerde data per product zou veel administratieve lasten met zich meebrengen. Tot slot geven sommige experts aan dat naast milieu-impact eigenlijk ook de sociale impact zou moeten worden meegenomen in het label, wat nu nog geen onderdeel is van de PEF methodiek. Het zou de berekening ook complexer maken, maar consumenten wel een vollediger beeld geven.

Zorgen over verwarring voor consumenten bij vergelijking producten

In het toekennen van een score voor duurzaamheid kan gekozen worden voor een absolute of relatieve vergelijking. Een product kan vergeleken worden met vergelijkbare producten (relatief) of kan een score krijgen op basis van criteria die voor alle producten vergelijkbaar zijn. Zo is een leren jas in absolute zin wellicht niet duurzaam, maar er zijn wel duurzamere productiemethoden die gebruikt kunnen worden (relatief). Om producenten te stimuleren duurzamer te produceren zou een label de relatieve duurzaamheid mee moeten wegen.

Tegelijkertijd zijn er wel zorgen over het begrip van consumenten over deze vergelijking en of het mogelijk is nuances goed over te brengen in een label. De uitleg dat een product een relatief duurzamere keuze is, is voor consumenten mogelijk moeilijk om te begrijpen. Men trekt daarin de vergelijking met de Nutriscore. Dit is een ABCDE-label voor voeding dat consumenten helpt te zien of een product een betere keuze is ten opzichte van een vergelijkbaar product. Kritiek op dit label was onder andere dat het voor consumenten verwarrend zou zijn dat ongezonde producten zoals diepvriespizza's toch een hogere score konden krijgen. Deze kritiek zou een duurzaamheidslabel voor textiel ook kunnen krijgen als de uitkomsten van een rekenmethode niet logisch lijken voor de consument.

Duidelijke regels en strikte controle van belang voor betrouwbaarheid, maar controleerbaarheid is een uitdaging

Experts geven aan dat het belangrijk is dat de regels voor het label in heel Europa uniform zijn en dat er geen afwijkende nationale richtlijnen ontstaan. Ook is het essentieel dat de regels voor het label duidelijk en niet voor interpretatie vatbaar zijn. Strikte en onafhankelijke controle op de betrouwbaarheid van de informatie is cruciaal om fraude te voorkomen. De controleerbaarheid van informatie waarop het label gebaseerd wordt zal voor toezichthouders een grote uitdaging worden, aangezien productie van textiel grotendeels buiten Europa plaatsvindt.

Educatie consumenten essentieel voor succes

Men geeft aan dat er momenteel onder consumenten een gebrek is aan kennis over duurzaamheid. Dit zou ertoe kunnen leiden dat het label zijn doel mist. Daarom zou educatie van consumenten over duurzaamheid van textiel volgens experts essentieel onderdeel moeten zijn van beleid.

Samenwerking met en ondersteuning van bedrijven aan te raden bij invoering label

Experts raden aan de invoering van het label samen met de industrie op te pakken. Ze adviseren daarin te overwegen te starten met pilots bij invoering, waarbij bedrijven en de overheid samen kunnen werken om praktische problemen op te lossen en een effectiever systeem op te zetten. Nederland zou zich als kandidaat kunnen aanbieden voor een Europese pilot. Bij invoering van een label adviseren experts te investeren in communicatie en leidraden voor bedrijven. Ook raad men aan samen te werken met brancheorganisaties, die het netwerk en de kennis hebben om bedrijven te begeleiden bij implementatie.

3 Evaluatie resultaten

Op basis van de uitkomsten van het consumentenonderzoek en inzichten van experts en producenten ontstaat een beeld wat belangrijk is bij de vormgeving van een betrouwbaar, begrijpelijk en vergelijkbaar duurzaamheidslabel voor textiel. In dit hoofdstuk evalueert RHDHV op basis van de in dit onderzoek opgedane informatie allereerst wat een geschikte presentatievorm zou kunnen zijn voor het label. Ten tweede evalueert RHDHV de in het onderzoek genoemde indicatoren en rekenmethode waarop het label gebaseerd kan worden. Tot slot evalueert RHDHV de acties die uit het onderzoek volgen die kunnen worden ondernomen om de betrouwbaarheid, begrijpelijkheid en vergelijkbaarheid van het label te vergroten.

3.1 Presentatievorm label

Uit dit onderzoek wordt duidelijk dat het belangrijk is een balans te vinden tussen simpele en eenvoudige informatieverstrekking enerzijds en het verstrekken van betrouwbare, transparante en controleerbare informatie anderzijds. Doordat niet alle informatie over de milieu-impact van een textielproduct in een simpel en eenvoudig te begrijpen label past, ligt het voor de hand te werken met **gelaagde informatieverstrekking**: een label waar de consument in één oogopslag de duurzaamheid van het kledingstuk kan begrijpen, met een verwijzing naar een andere plek waar de consument meer informatie kunnen vinden.

Het **Digitaal Productpaspoort (DPP)** lijkt een logische plek voor deze extra informatie te zijn. Het DPP bevat al

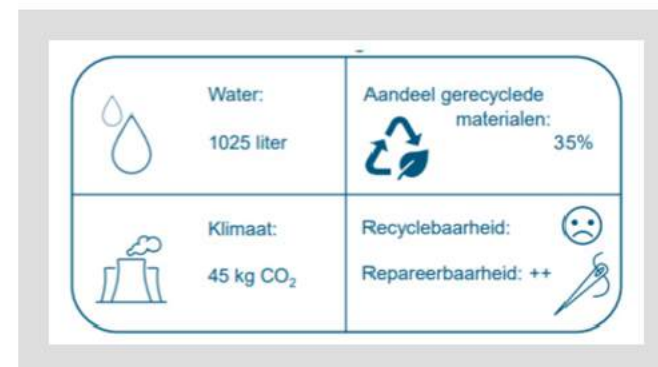
veel informatie over de duurzaamheid van het product en kan ook de onderbouwing van het label opnemen. Het zal in de toekomst een bron van data zijn uit de voortbrengingsketen (traceability). Bovendien kan in het DPP aanvullende informatie over duurzaam gebruik voor consumenten worden opgenomen, zodat consumenten niet alleen voor aankoop, maar ook daarna worden geholpen duurzaam gedrag te vertonen. Met een **QR code** kunnen consumenten verwezen worden naar het DPP.

Daarnaast moet een keuze gemaakt worden tussen een fysiek, digitaal of gecombineerd label. Op basis van dit onderzoek lijkt een **combinatie van een fysiek en digitaal label** voor de hand te liggen. Voor invloed op aankoopbeslissingen is **vermelding van het label direct bij de prijs** van het product de plek waar de kans het grootst is dat consumenten deze informatie zien. Dit betekent dat het label aan de **hangtag** van het product en in online verkoop in de buurt van de prijs van het product getoond zou moeten worden, inclusief QR code of link naar het DPP.

Aangezien het belangrijk is dat consumenten ook na aankoop informatie over de duurzaamheid van het product kunnen vinden, zou in het etiket verwezen moeten worden naar het DPP door middel van een QR code. Aangezien producenten hebben aangegeven dat vroeg in het productieproces nog niet alle keuzes vastliggen, lijkt het niet aan te raden in het etiket een duurzaamheidsscore op te nemen, omdat de kans dan groot is dat deze niet accuraat is. Een verwijzing in het etiket naar het DPP geeft producenten de mogelijkheid in een later stadium meer gedetailleerde en betrouwbare informatie toe te voegen.

In het label zou informatie over de milieu-impact op verschillende manieren gepresenteerd kunnen worden. Voor goed begrip en vergelijkbaarheid heeft een eenvoudig te begrijpen communicatie over de milieu-impact de voorkeur. Milieu-impact kan inzichtelijk gemaakt worden door bedrijven te verplichten op het label specifieke **data** te verstrekken, zoals de Co₂-uitstoot of het percentage gerecyclede materialen.

Het voordeel van dit type label is dat het consumenten feitelijke en duidelijke informatie verschaft. Vergelijkbaarheid tussen producten is goed mogelijk, door de scores tussen producten te vergelijken op verschillende indicatoren. De verwachting op basis van dit onderzoek is echter dat dit type informatieverstrekking op zichzelf staand te complex is



Figuur 6: Voorbeeld duurzaamheidslabel nummer 3 van de consumentenpeiling, een label gebaseerd op indicatoren (bron: RHDHV).

en te veel analyse en kennis van consumenten vraagt. Uit dit onderzoek komt het belang van een simpel en eenvoudig te begrijpen label duidelijk naar voren. RHDHV ziet vooral waarde van deze specifieke data als aanvullende informatie en uitleg op basis waarvan een label tot een score is gekomen.

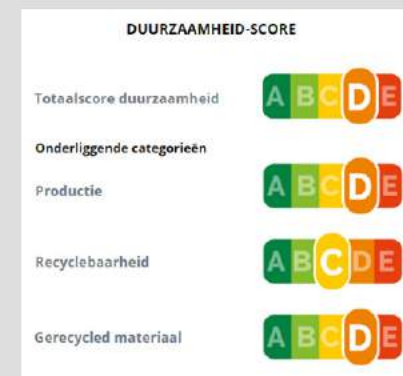
Een andere manier om de milieu-impact inzichtelijk te maken is door middel van **score(s) op basis van berekening van indicatoren**. Die scores kunnen getoond worden in getallen (bijvoorbeeld 1 t/m 10), in symbolen (bijvoorbeeld 0 t/m 3 sterren) of in letters (bijvoorbeeld A t/m E). Dit kan door middel van een totaalscore, een lijst met meerdere scores op verschillende aspecten van milieu-impact, of een combinatie van beide.

Een enkele score laat consumenten in één oogopslag de milieu-impact van het product zien. Gebruik van een label met een enkele score maakt begrip van het label eenvoudig. Producten zijn ook eenvoudig te vergelijken door scores naast elkaar te leggen. Nadeel van een enkele score is dat het voor consumenten minder makkelijk te begrijpen is waar deze score op gebaseerd is, wat invloed zou kunnen hebben op de perceptie van betrouwbaarheid.

Daarnaast zou het voor consumenten ook minder duidelijk kunnen zijn hoe de score vergelijkt: in absolute zin of binnen een productgroep. Tot slot is het voor consumenten lastiger te vergelijken op specifieke indicatoren. Uit de consumentenpeiling bleek dat een combinatie van een totaalscore en afzonderlijke scores het meest gewaardeerd werd door consumenten. De totaalscore gaf consumenten een overkoepelend beeld dat makkelijk te begrijpen was en de scores van verschillende indicatoren hielpen bij begrip van het label.



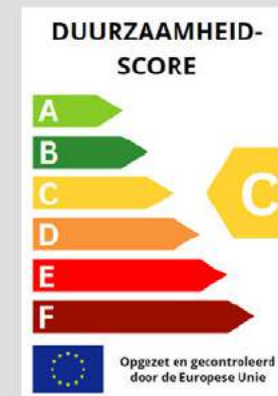
Figuur 8: Voorbeeld duurzaamheidslabel 1 van de consumentenpeiling. Een voorbeeld van een label met enkel een totaalscore (bron: RHDHV).



Figuur 7: Voorbeeld van een label met onderliggende categorieën en een totaalscore (bron: RHDHV).



Figuur 9: Voorbeeld duurzaamheidslabel nummer 4 van de consumentenpeiling. Voorbeeld van een label met onderliggende categorieën, maar zonder totaalscore (bron: RHDHV).



Figuur 10: Voorbeeld van een label met een duidelijke notering over de onafhankelijkheid van het label (bron: RHDHV). Kan beschouwd worden als de 'verbeterde' versie van voorbeeld duurzaamheidslabel 2 getoond aan de consumenten.

3.2 Indicatoren en rekenmethode label

Een valide en methodologisch sterke onderbouwing van de duurzaamheid informatie op een textiellabel is belangrijk voor de betrouwbaarheid. De kwantificatie en berekening van duurzaamheid moet technisch goed onderbouwd zijn en ook praktisch uitvoerbaar zijn voor bedrijven. Om te komen tot betrouwbare milieu-informatie op een textiellabel zal aangesloten moeten worden op Europese wet- en regelgeving omtrent de procedure en methode die hiervoor gevolgd moet worden.

Er moet een uniforme rekenmethode worden geselecteerd voor het berekenen van de milieu-impact voor textiel en diens labels. Deze methodiek moet worden gebruikt voor alle textiele producten die op de Europese markt worden gebracht om vergelijkbaarheid en betrouwbaarheid van de informatie te garanderen. Daarbij moet de uniforme rekenmethode niet te complex zijn met betrekking tot de vereiste (primaire) data, gemakkelijk te rapporteren zijn (eenvoudige (geautomatiseerde) standaard rapportage) en niet te veel tijd vragen.

In Europa wordt gewerkt aan de ontwikkeling van zo'n rekenmethode, de Product Environmental Footprint Category Rules – PEFCR). Deze methode is nog niet definitief vastgesteld en voldoet (nog) niet op alle punten aan de wensen uit de markt met betrekking tot eenvoud, snelheid en benodigde (primaire) data. Bijlage 1 Juridische context bevat een overzicht van de PEFCR methode en wetgeving in meer detail.

De PEF textiel is complex en kostbaar

De complexiteit van de methodiek en rekenkundigheid, de vele testen die moeten worden uitgevoerd en de uitgebreide rapportageverplichting (die ook door een derde partij moet worden gecontroleerd) behoren tot de hoofdredenen waarom de PEF in huidige vorm veel tijd en geld kost. Bedrijven moeten kennis om de PEF toe te passen inhuren. Dit brengt significante kosten met zich mee. Voor kleine bedrijven zal dat geen optie zijn. Omdat textielproducten in veel verschillende vormen op de markt komen en collecties vaak maar kort in de winkel liggen (seizoensgebonden, modetrends), zal verplicht gebruik van PEF in huidige vorm voor hoge kosten en werkdruk zorgen.

Goede vergelijkbaarheid tussen producten

De onderlinge vergelijkbaarheid van de milieu-impact van textielproducten binnen een gedefinieerde productcategorie moet gegarandeerd zijn in de geselecteerde methodiek. Vergelijkingen moeten gemaakt kunnen worden tussen producten met dezelfde functie en een representatief gemiddelde per productgroep en functie (bijvoorbeeld: een benchmark voor T-shirts, waar alle T-shirts die op de EU-markt worden gebracht mee worden vergeleken, zowel wat betreft de milieu-impact van de productie als ook de gebruiks- cq levensduur (kan ook gekoppeld worden aan minimale kwaliteitseisen voor producten die op de EU-markt gebracht mogen worden).

Metten levensduur

Levensduur/gebruiksduur van een textielproduct is essentieel voor de bepaling diens duurzaamheid. Hoe langer een product meegaat en wordt gebruikt, des te lager de milieu impact wordt. Dit komt doordat de impact van de productie van het textielproduct dan over meer draagdagen verdeeld kan worden, maar vooral ook omdat er minder beroep wordt gedaan op nieuwe grondstoffen. De verwachte levensduur van een product kan worden berekend op basis van een aantal testen (productcategorie specifiek). Mechanische eigenschappen, zoals sterkte en vormvastheid, en fysisch-chemische eigenschappen, zoals kleurechtheid tegen wassen en licht, spelen hierbij een belangrijke rol.

Des te beter de producten scoren op deze eisen des te langer de technische gebruiksduur van een product zal zijn. De te eisen testen moeten voldoende inzicht geven in de kwaliteit van het product, maar zullen bij voorkeur snel en eenvoudig uit te voeren zijn. Testen zullen moeten worden uitgevoerd door geaccrediteerde laboratoria. Doorlooptijd en kosten zullen kritisch zijn in verband met de planning van collecties.

Er zal een besluit moeten worden genomen of de testen mogen worden uitgevoerd op de productie-samples, of dat de testen op de daadwerkelijke productie moet worden gedaan. Dit laatste maakt het labelen van de producten in de laatste stap van de productie praktisch onmogelijk en zal er dus automatisch gekozen moeten worden voor een hangtag die later aangebracht kan worden of voor een digitaal (scanbaar) label.

4 Conclusies en aanbevelingen

RHDHV heeft door middel van literatuuronderzoek, een peiling onder consumenten en het bevragen van experts en producenten inzichten vergaard over de vraag wat de eigenschappen zijn van een textiellabel dat op een betrouwbare, begrijpelijke en vergelijkbare manier informatie over de milieu-impact van het product aan de consument overdraagt. Dit label moet consumenten in staat stellen een weloverwogen keuze te maken over de aanschaf van textiele producten in relatie tot duurzaamheid. Producenten moeten door het label gestimuleerd worden hun productie te verduurzamen.

4.1 Conclusies eigenschappen begrijpelijk, betrouwbaar en vergelijkbaar duurzaamheidslabel voor textiel

Op basis van de resultaten van het onderzoek komt RHDHV tot de volgende conclusies over eigenschappen van een betrouwbaar, begrijpelijk en vergelijkbaar duurzaamheidslabel voor textiel:



Een begrijpelijk textiellabel

- Moet direct opvallen bij aankoop van product (fysiek en in e-commerce)
- Moet eenvoudig te begrijpen zijn en niet voor meerdere uitleg vatbaar zijn
- Mag niet te veel informatie bevatten
- Moet ook na aankoop nog raadpleegbaar zijn (digitaal of fysiek)
- Moet aan consumenten duidelijk de intentie van het label communiceren
- Moet leesbaar zijn voor zoveel mogelijk consumenten: duidelijk kleurgebruik, juiste lettergrootte, Nederlands taalgebruik



Een betrouwbaar textiellabel

- Gebruikt vastgestelde procedures om te komen tot betrouwbare informatie
- Wordt onafhankelijk gecontroleerd
- Laat duidelijk op het label zien wie controleert en initieert
- Communiqueert op transparante wijze over de onderbouwing en de controle hierop



Een vergelijkbaar textiellabel

- Maakt bij vergelijking tussen twee producten direct duidelijk welke de meeste en geringste milieu-impact heeft
- Is duidelijk over de intentie van de score: om binnen een productcategorie vergelijkbare producten te vergelijken of om in absolute zin een uitspraak te doen over de milieu-impact van het product

4.2 Aanbevelingen over de presentatievorm van het duurzaamheidslabel

Op basis van de in dit onderzoek opgedane inzichten ziet RHDHV de volgende presentatievorm van het label als meest begrijpelijk, betrouwbaar en vergelijkbaar:

1. Een fysiek label aan de hangtag met 1 totaalscore, verwijzing in tekst en/of beeld naar de onafhankelijke eigenaar van het label en een QR code naar het DPP;
2. Een QR code in het etiket van textiel naar het DPP;
3. Het DPP bevat:
 - Een uitleg over de wijze waarop de score tot stand is gekomen;
 - Gedetailleerde uitleg over verschillende indicatoren waarop de score is gebaseerd. Voor deze aparte indicatoren kunnen in het DPP zowel Individuele scores (bijvoorbeeld in de vorm A t/m E) als specifieke data (zoals hoeveelheid watergebruik) worden opgenomen.

Deze presentatievorm biedt volgens RHDHV een balans tussen eenvoudige informatie die in 1 oogopslag te begrijpen is, met online een heldere en betrouwbare uitleg van de onderbouwing van het label.

4.3 Aanbevelingen over de onderbouwing van het duurzaamheidslabel

Voor de onderbouwing van het duurzaamheidslabel zal een Europese methodiek moeten worden ontwikkeld en geïmplementeerd. Deze methodiek moet een volledig raamwerk met 'best-practice' voor het berekenen van de milieu impact van textielproducten bevatten, waarmee echt betrouwbare inzichten worden verschaft voor de consument ten aanzien van juistheid en vergelijkbaarheid van de milieu-informatie op textiel labels.

Een aantal aanbevelingen volgen waarmee de methodiek succesvol toegepast kan worden in een verplicht duurzaamheid label voor textiel.

Centralisatie Expertise en Centrale Database

RHDHV kan aanbevelen dat er een centrale database komt, publiek toegankelijk, waar kennisbureaus en nationale experts samen afspraken maken met de markt over gestandaardiseerde kentallen, profielen en rekentools waarmee problemen ten aanzien van complexiteit, looptijd en kosten van berekeningen behapbaar worden voor de markt en uitvoerende partijen. Een gecentraliseerd rekeninstrument met gebruiksvriendelijke invoer van de benodigde input data per product kan de markt in de hand spelen waardoor de methodiek effectief ingezet kan worden als raamwerk voor betrouwbare milieu-informatie op textiel labels.

In aanvulling daarop moeten centrale kengetallen voor levensduur worden opgesteld die als marktgemiddelden gehanteerd kunnen worden zodat niet op elk product een test nodig is. Een theoretische representatieve levensduur op basis van beter geclassificeerde productgroepen en benchmarks. De markt mag altijd laten testen om een betere levensduur en labelscore

te behalen. De kentallen voor levensduur kunnen worden opgenomen in de hierboven beschreven centrale database voor milieu-informatie van de textielproducten. Een voorbeeld van een systeem dat al zo werkt is de Nationale Milieu Database voor de milieuprestatie van producten in de bouw en GWW-sector.

Weging levensduur per productgroep

Ten slotte zou voor een eerlijke vergelijking van milieu-informatie met de benchmark en onderlinge producten per productgroep een weging moeten gaan plaats vinden op basis van de levensduur. Door scores te wegen op levensduur ontstaat een vergelijking over productgroepen heen, wat consumenten een beeld geeft van de absolute in plaats van slechts de relatieve milieu-impact van een product. Dit zorgt voor de hoogste betrouwbaarheid van de ABCDE.

Voorbeeld:

Een dikke katoenen trui kost veel meer milieu-impact om te maken dan een dunne polyester trui. De dikke trui gaat wel veel langer mee op papier.

- Dikke trui, katoen, 8 kg CO₂-eq/stuk, levensduur 5 jaar
- Dunne trui, polyester: 2 kg CO₂-eq/stuk, levensduur 1 jaar

Door de milieu impact te wegen door de levensduur krijg je een eerlijke vergelijking van impact per jaar (verdisconteerd). Daarmee kost de dikkere trui van katoen effectief 1,6 kg CO₂-eq/jaar en de polyester trui 2 kg CO₂-eq/jaar. Op een label zal de katoenen trui vervolgens beter scoren (B versus C bijvoorbeeld).

4.4 Overige aanbevelingen gericht op het vergroten van de effectiviteit van het label

4.4.1 Aanbevelingen voor ministerie Infrastructuur en Waterstaat

We bevelen de volgende acties aan die bijdragen aan de effectiviteit van (de invoering van) een verplicht Europees duurzaam kledinglabel.

Zet in op informatieve en educatieve campagnes richting consumenten.

Kennisgebrek over duurzaamheid rondom kleding onder consumenten is groot. Het invoeren van een verplicht Europees label zal daar weinig aan veranderen als het niet gepaard gaat met grote inzet op educatieve en informatieve campagnes. Deze campagnes zijn nodig over het label zelf (wat is het, van wie is het, hoe kan je het als consument gebruiken?) aangezien bekendheid met een label vertrouwen vergroot. Zet doelgroepsegmentatie in op aan te sluiten bij verschillende type consumenten.

Echter is het minstens zo belangrijk om in te zetten op het vergroten van kennis onder consumenten over duurzaam gedrag rondom kleding in algemene zin. Een duurzaamheidslabel kan consumenten helpen een duurzamere keuze te maken bij het kopen van kleding, maar ondervangt een heleboel andere belangrijke gedragingen rondom kleding niet. Het minder kopen van kleding, het langer gebruiken en repareren van kleding en het kiezen voor tweedehands kleding wordt niet ondervangen door een duurzaamheidslabel.

Invoering van het label zou daarom onderdeel moeten zijn van een bredere communicatiestrategie gericht op duurzamer kledinggedrag van consumenten, waarin ook wordt ingezet op de andere strategieën uit de R-ladder

om consumenten te bewegen richting duurzaam textielgedrag in brede zin. De boodschap dat minder kleding kopen de meeste milieu-impact heeft zou onderdeel moeten zijn van de communicatieboodschap rondom de introductie van het label.

Zorg voor goede onafhankelijke controle en toezicht

Op basis van de inzichten uit dit onderzoek kan geconcludeerd worden dat betrouwbaarheid van het label kan verder versterkt worden door het verstrekken van inzicht in de (onafhankelijke) controle door private kwaliteitssystemen of publiek toezicht. Door het wantrouwen dat is ontstaan in duurzaamheidsclaims vanwege greenwashing is het van belang dat er een stevige en heldere toezichtstrategie is ontwikkeld door de betrokken toezichthouders op het moment dat het label wordt ingevoerd. Dit vraagt om toezichthouders vroegtijdig te betrekken bij de ontwikkeling van het label.

4.4.2 Aanbevelingen voor Europese Commissie

Onderzoek mogelijke rebound effecten invoering label.

De meest duurzame keuze rondom kleding kopen is geen kleding kopen. Er is een risico dat de invoering van een duurzaamheidslabel voor kleding zorgt voor het kopen van meer kleding als consumenten bij het zien van een label dat hoog scoort op duurzaamheid daarmee het gevoel hebben duurzaam bezig te zijn. Daarom adviseren we te onderzoeken of bij de invoering

van een label rebound effecten te verwachten zijn en hoe deze gemitigeerd kunnen worden.

Voer (Europees) consumentenonderzoek uit.

Er zijn veel mogelijkheden voor het ontwerp van het label. In dit onderzoek zijn door middel van een kleine consumentenpeiling onder Nederlandse consumenten een beperkt aantal versies van labels vergeleken die lijken op bestaande labels. Er zijn nog veel andere versies denkbaar die in dit onderzoek niet zijn meegenomen. Zo is in de consumentenpeiling gebruik gemaakt van scores in de vorm van letters (ABCDE). De ABCDE-score methodiek is een voor Europese consumenten herkenbare methode, vanwege gebruik bij het Energielabel.

Gezien de bekendheid met het Energielabel was de inschatting dat een ABCDE-score voor consumenten beter te begrijpen is dan een ander type score, zoals cijfers of sterren. Dit is echter niet met zekerheid te zeggen op basis van dit onderzoek. Ook is het effect van toevoeging van andere elementen, zoals een tekst over onafhankelijke controle, of het toevoegen van een EU logo niet getest. We adviseren daarom aanvullend onderzoek te doen onder Europese inwoners naar de begrijpelijkheid van labels en het type score en ontwerp dat het beste werkt voor consumenten.

Referenties

1. World production by Fibre (2023) CIRFS. via: <https://www.cirfs.org/statistics/key-statistics/world-production-fibre> (geraadpleegd: September 2024).
2. JRC (2021) Circular economy perspectives in the EU Textile sector <https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC125110>
3. A new textiles economy: Redesigning fashion's future (2017) Ellen MacArthur Foundation. via: https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/A-New-Textiles-EconomyFull-ReportUpdated_1-12-17.pdf
4. EU Strategy for Sustainable and Circular Textiles (2022) European Commission https://environment.ec.europa.eu/document/download/74126c90-5cbf-46do-ab6b-60878644b395_en?filename=COM_2022_141_1_EN_ACT_part1_v8.pdf
5. EU strategy for sustainable and circular textiles (2022) European Commission, pagina 5 en 6. https://environment.ec.europa.eu/document/download/74126c90-5cbf-46do-ab6b-60878644b395_en?filename=COM_2022_141_1_EN_ACT_part1_v8.pdf;
6. <https://www.milieucentraal.nl/bewust-winkelen/keurmerken/>
7. Merwe, D., Bosman, M., Ellis, S., Colff, N., & Warnock, M. (2014). Consumers' knowledge of textile label information: an exploratory investigation. *International Journal of Consumer Studies*, 38, 18-24. <https://doi.org/10.1111/IJCS.12053>.
8. Santos-Roldán, L., Palacios-Florencio, B., & Berbel-Pineda, J. M. (2020). The textile products labelling analysis and requirements. *Fashion and Textiles*, 7, 1-24.
9. Rausch, T., & Kopplin, C. (2021). Bridge the gap: Consumers' purchase intention and behavior regarding sustainable clothing. *Journal of Cleaner Production*. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.123882>.
10. Byrd, K., & Su, J. (2021). Investigating consumer behaviour for environmental, sustainable and social apparel. *International Journal of Clothing Science and Technology*, 33(3), 336-352; Autoriteit Consument & Markt. (2022). Onderzoek naar de invloed van duurzaamheidskeurmerken op consumenten. <https://www.acm.nl/sites/default/files/documents/onderzoek-naar-de-invloed-van-duurzaamheidskeurmerken-op-consumenten.pdf>
11. Meis-Harris, J., Klemm, C., Kaufman, S., Curtis, J., Borg, K., & Bragge, P. (2021). What is the role of eco-labels for a circular economy? A rapid review of the literature. *Journal of Cleaner Production*, 306, 127134
12. Gonçalves, A., & Silva, C. (2021). Looking for sustainability scoring in apparel: A review on environmental footprint, social impacts and transparency. *Energies*, 14(11), 3032.
13. Rausch, T., & Kopplin, C. (2021). Bridge the gap: Consumers' purchase intention and behavior regarding sustainable clothing. *Journal of Cleaner Production*. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.123882>.
14. Byrd, K., & Su, J. (2021). Investigating consumer behaviour for environmental, sustainable and social apparel. *International Journal of Clothing Science and Technology*, 33(3), 336-352
15. Meis-Harris, J., Klemm, C., Kaufman, S., Curtis, J., Borg, K., & Bragge, P. (2021). What is the role of eco-labels for a circular economy? A rapid review of the literature. *Journal of Cleaner Production*, 306, 127134
16. Grankvist, G., Dahlstrand, U., & Biel, A. (2004). The impact of environmental labelling on consumer preference: Negative vs. positive labels. *Journal of Consumer Policy*, 27(2), 213-230.
17. Turunen, L., & Halme, M. (2021). Communicating actionable sustainability information to consumers: The Shades of Green instrument for fashion. *Journal of Cleaner Production*, 297, 126605. <https://doi.org/10.1016/J.JCLEPRO.2021.126605>; Autoriteit Consument & Markt. (2022). Onderzoek naar de invloed van duurzaamheidskeurmerken op consumenten. <https://www.acm.nl/sites/default/files/documents/onderzoek-naar-de-invloed-van-duurzaamheidskeurmerken-op-consumenten.pdf>
18. Ma, Y., Gam, H., & Banning, J. (2017). Perceived ease of use and usefulness of sustainability labels on apparel products: application of the technology acceptance model. *Fashion and Textiles*, 4, 1-20. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.123882>.

org/10.1186/s40691-017-0093-1.

19. Proi, M., Dudinskaya, E., Naspetti, S., Ozturk, E., & Zanolì, R. (2023). The Role of Eco-Labels in Making Environmentally Friendly Choices: An Eye-Tracking Study on Aquaculture Products with Italian Consumers. Sustainability. <https://doi.org/10.3390/su15054659>.

20. Meis-Harris, J., Klemm, C., Kaufman, S., Curtis, J., Borg, K., & Bragge, P. (2021). What is the role of eco-labels for a circular economy? A rapid review of the literature. *Journal of Cleaner Production*, 306, 127134.

21. Brach, S., Walsh, G., & Shaw, D. (2017). Sustainable consumption and third-party certification labels: Consumers' perceptions and reactions. *European Management Journal*, 36, 254-265. <https://doi.org/10.1016/J.EMJ.2017.03.005>.

22. Meis-Harris, J., Klemm, C., Kaufman, S., Curtis, J., Borg, K., & Bragge, P. (2021). What is the role of eco-labels for a circular economy? A rapid review of the literature. *Journal of Cleaner Production*, 306, 127134; Autoriteit Consument & Markt. (2023). Onderzoek naar de invloed van duurzaamheidskeurmerken op consumenten. <https://www.acm.nl/sites/default/files/documents/onderzoek-naar-de-invloed-van-duurzaamheidskeurmerken-op-consumenten.pdf>

23. Meis-Harris, J., Klemm, C., Kaufman, S., Curtis, J., Borg, K., & Bragge, P. (2021). What is the role of eco-labels for a circular economy? A rapid review of the literature. *Journal of Cleaner Production*, 306, 127134.

24. Meis-Harris, J., Klemm, C., Kaufman, S., Curtis, J.,

Borg, K., & Bragge, P. (2021). What is the role of eco-labels for a circular economy? A rapid review of the literature. *Journal of Cleaner Production*, 306, 127134.

25. Ziyeh, P., & Cinelli, M. (2023). A Framework to Navigate Eco-Labels in the Textile and Clothing Industry. Sustainability. <https://doi.org/10.3390/su151914170>.

26. Diekel, F., Mikosch, N., Bach, V., & Finkbeiner, M. (2021). Life Cycle Based Comparison of Textile Ecolabels. Sustainability, 13, 1751. <https://doi.org/10.3390/SU13041751>.

27. Torma, G., & Thøgersen, J. (2021). A systematic literature review on meta sustainability labeling – What do we (not) know?. *Journal of Cleaner Production*, 293, 126194. <https://doi.org/10.1016/J.JCLEPRO.2021.126194>.
Meis-Harris, J., Klemm, C., Kaufman, S., Curtis, J., Borg, K., & Bragge, P. (2021). What is the role of eco-labels for a circular economy? A rapid review of the literature. *Journal of Cleaner Production*, 306, 127134.

28. Meis-Harris, J., Klemm, C., Kaufman, S., Curtis, J., Borg, K., & Bragge, P. (2021). What is the role of eco-labels for a circular economy? A rapid review of the literature. *Journal of Cleaner Production*, 306, 127134.

29. Janßen, D., & Langen, N. (2017). The bunch of sustainability labels – Do consumers differentiate?. *Journal of Cleaner Production*, 143, 1233-1245. <https://doi.org/10.1016/J.JCLEPRO.2016.11.171>.

30. Thuiswinkel.org. (2024). Thuiswinkel toekomst monitor 2024. [https://www.shoppingtomorrow.nl/uploads/media/667bdf99409ac/thuiswinkel-](https://www.shoppingtomorrow.nl/uploads/media/667bdf99409ac/thuiswinkel-toekomst-monitor-2024.pdf?token=/uploads/media/667bdf99409ac/thuiswinkel-toekomst-monitor-2024.pdf)

[toekomst-monitor-2024.pdf?token=/uploads/media/667bdf99409ac/thuiswinkel-toekomst-monitor-2024.pdf](https://www.shoppingtomorrow.nl/uploads/media/667bdf99409ac/thuiswinkel-toekomst-monitor-2024.pdf?token=/uploads/media/667bdf99409ac/thuiswinkel-toekomst-monitor-2024.pdf); Autoriteit Consument & Markt. (2023). Onderzoek naar de invloed van duurzaamheidskeurmerken op consumenten. <https://www.acm.nl/sites/default/files/documents/onderzoek-naar-de-invloed-van-duurzaamheidskeurmerken-op-consumenten.pdf>

31. Meis-Harris, J., Klemm, C., Kaufman, S., Curtis, J., Borg, K., & Bragge, P. (2021). What is the role of eco-labels for a circular economy? A rapid review of the literature. *Journal of Cleaner Production*, 306, 127134.

32. Motivaction. (2019). Effectiviteit van beeldmerken van drie voedselkeuzelogo's. Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport. <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/blg-913820.pdf>; NVM. (2024). Energielabels op de woningmarkt: Themaonderzoek bij NVM Kwartaalcijfers 2024-1. NVM. <https://www.nvm.nl/media/w3xm2oyo/bijlage-4-energielabels-op-de-woningmarkt-themaonderzoek-bij-nvm-kwartaalcijfers-2024-1.pdf>

33. <https://eeb.org/wp-content/uploads/2021/11/Draft-Product-Environmental-Footprint-Category-Rules-PEFCR-apparel-and-footwear.pdf> table 4, pg 27-28

34. MODINT FIBER MATRIX (2021) Modint. Via: <https://modint.nl/?file=5321&m=1625157866&action=file.download> (Geraadpleegd september 2024).

Referenties van bijlagen

35. Interne notitie: PEFCR working group on physical durability tests (Juli 2024)

36. Statista. (2024). Apparel resale market value worldwide from 2020 to 2025. Geraadpleegd op 9 september 2024, van <https://www.statista.com/statistics/826162/apparel-resale-market-value-worldwide/>
37. Plakantonaki S, Kiskira K, Zacharopoulos N, Chronis I, Coelho F, Togiani A, Kalkanis K, Priniotakis G. A Review of Sustainability Standards and Ecolabeling in the Textile Industry. Sustainability. 2023; 15(15):11589. <https://doi.org/10.3390/su151511589> en Our Fiber Eco-Review (2024) Sustain your Style via: <https://www.sustainyourstyle.org/en/fiber-ecoreview> (geraadpleegd: September 2024)
38. Melliand International. (2022). Is warp knitting more environmentally friendly than weaving? Textile Technology. <https://www.textiletechnology.net/technology/trendreports/melliand-international-62022-is-warp-knitting-more-environmentally-friendly-than-weaving-33266> (Geraadpleegd op: 9 september 2024)
39. Singh, R., & Kaur, I. (2009). Development of eco-friendly natural dyeing for wool using combination of natural dyes. Indian Journal of Fibre & Textile Research, 34(2), 183-186. [https://nopr.niscpr.res.in/bitstream/123456789/4391/1/IJFTR%2034\(2\)%20183-186.pdf](https://nopr.niscpr.res.in/bitstream/123456789/4391/1/IJFTR%2034(2)%20183-186.pdf) (Geraadpleegd op: september 2024)
40. OEKO-TEX. (2024). OEKO-TEX Standard 100. (Geraadpleegd september 2024), van <https://www.oeko-tex.com/en/our-standards/oeko-tex-standard-100>
41. ZDHC. (2024). Roadmap to Zero. (Geraadpleegd september 2024), van <https://www.roadmaptozero.com/>
42. bluesign. (2024). Geraadpleegd september 2024, van <https://www.bluesign.com/en/>
43. NCBI. (2024). MPs' presence in the air. Geraadpleegd september 2024, van <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9993231/#:~:text=MPs'%20presence%20in%20the%20air,body%20by%20inhalation%20and%20ingestion.&text=MPs%20in%20biological%20systems%20can,%2C%20oxidative%20stress%2C%20and%20cytotoxicity>.
44. ISPT. (2024). TexPower Project. (Geraadpleegd september 2024), van <https://ispt.eu/projects/texpower/>
45. PESCO-UP. (2024). (Geraadpleegd september 2024), van <https://www.pesco-up.eu/>

Bijlage 1 Juridische context

Kaderverordening Ecodesign (ESPR)

Onder de Kaderverordening Ecodesign wordt het mogelijk om voor bepaalde productgroepen eisen te stellen aan het ontwerp: prestatie-eisen. Deze ontwerpeisen moeten ertoe bijdragen dat een product zo circulair mogelijk wordt ontworpen en dat de levensduur daardoor wordt verlengd. Wanneer deze Ecodesign eisen zijn vastgesteld voor een productgroep, moet elk product dat op de Europese markt wordt gebracht daaraan voldoen. Er wordt naar verschillende vereisten inzake ecologisch ontwerp gekeken, zoals herbruikbaarheid, watergebruik en water efficiëntie en de herproductiemogelijkheid. Afhankelijk van de productgroep wordt bepaald welke combinatie van vereisten wenselijk is om de milieu-impact significant te verlagen. Naast het stellen van prestatie-eisen, worden aan productgroepen ook informatievereisten gesteld, zoals opgenomen in Artikel 7. Deze informatievereisten hebben ten minste betrekking op het Digitale Product Paspoort en op zorgwekkende stoffen. Ook kan informatie worden vereist over productprestaties op het gebied van repareerbaarheid, duurzaamheid, koolstofvoetafdruk of een milieuvoetafdruk. Daarbij kan worden verplicht om informatie te delen over installatie, reparatie, onderhoud, demontage, hergebruik, recycling of verwijdering aan het einde van de levensduur. Ook de informatie-eisen worden per productgroep vastgesteld. Het juridisch kader is op 19 juli 2024 in werking getreden. De Europese Commissie stelt uiterlijk 19 april 2025 het Ecodesign werkplan vast waarin staat aan welke productgroepen de komende jaren ontwerpeisen worden gesteld. De Commissie werkt nu al toe naar prestatie- en informatie eisen voor textiel. De Ecodesign eisen voor textiel hebben hierdoor een raakvlak met de herziening van de textiel labelling verordening.

Uitleg Textiel Labelling Verordening

Textielproducten die in de EU verkocht worden, moeten voldoen aan de etiketteringsvereisten van de EU (verordening 1007/2011). De bestaande wetgeving is van toepassing op producten die ten minste 80 procent van het gewicht aan textielvezels bevatten, evenals op bepaalde textielcomponenten die in andere producten zijn verwerkt. Textieleetiketten zijn in de EU verplicht voor textiel dat bestemd is voor verkoop aan de eindconsument. De huidige verordening stelt minimumvereisten vast voor de labels, zodat ze voldoen aan de normen voor duurzaamheid, zichtbaarheid en toegankelijkheid. Het etiket moet:

- De samenstelling van de stof uitleggen - geschreven in afnemende percentagevolgorde
- Duidelijke en leesbare tekst gebruiken, inclusief uniforme letters (zelfde lettertype, grootte en stijl)
- Een duidelijke scheiding bevatten tussen de informatie over de samenstelling van het textiel en andere informatie, zoals productverzorging
- Het etiket moeten stevig aan het product worden bevestigd, bijvoorbeeld ingenaaid.
- Als de producten in een of meer EU-landen worden verkocht, moet de tekst worden vertaald in alle officiële nationale talen waar de textielproducten aan de consument worden aangeboden.



Figuur 11: Een voorbeeld van een textieletiket.

Nationale autoriteiten kunnen textielproducten controleren op conformiteit met de informatie op het etiket in elke fase van de marketingketen, zoals bij het aanvragen van douane-inklaring, in magazijnen van distributeurs of in groothandels- of detailhandelszaken.

Herziening Textiel Labeling Verordening

In het licht van de aanhoudende problemen waarmee de textielindustrie wordt geconfronteerd en gezien het feit dat de bestaande wetgeving meer dan tien jaar geleden in werking is getreden, analyseert de Europese Commissie of de verordening moet worden gewijzigd. In de textielindustrie heeft de Commissie (I) de fragmentatie van de Europese interne markt, (II) het gebrek aan informatie voor consumenten, en (III) de duurzaamheid van de sector als de drie voornaamste zorgen geïdentificeerd.

De beperkte reikwijdte van de bestaande wetgeving inzake textieletikettering omvat geen informatie over de grootte en het onderhoud van producten. De herziening van de etiketteringsregels voor textiel is niet alleen bedoeld voor textielproducten, maar ook voor andere aanverwante producten, zoals leer- en bontproducten van kleding, kledingaccessoires en huishoudelijke producten. De herziening sluit schoeisel uit van het toepassingsgebied van de herziening, omdat de etikettering van schoenen wordt geregeld door een afzonderlijke EU-richtlijn. Vanwege de discrepanties tussen de lidstaten streeft de commissie ernaar te voorzien in geharmoniseerde regels om de nalevingskosten voor bedrijven te verlagen en de informatie-uitwisseling te verbeteren voor consumenten.

Na beoordeling kan de Europese Commissie aanvullende verplichte openbaarmakingsinformatie invoeren onder het etiketregime. Met de bedoeling de circulariteit in de industrie te vergroten, wil het een uitgebreide informatie-infrastructuur creëren. , De commissie onderzoekt de mogelijkheden om informatie op te nemen zoals duurzaamheids- of circulariteitsparameters, de omvang van producten en, indien van toepassing, het land waar

productieprocessen plaatsvinden (“made in”). Verder zullen de toevoeging van aanwezige allergene stoffen, de authenticiteit van leer en bont en de was etikettering worden geëvalueerd.

De introductie van digitale labels is een andere verplichting die de commissie overweegt. Door andere wettelijke EU-regels, zoals het digitale productpaspoort, te verankeren, zal de evaluatie potentiële mogelijkheden evalueren voor de introductie van taalafhankelijke symbolen of codes en een duurzaamheids- en circulariteitslabel. Zoals het Europees Economisch en Sociaal Comité ook stelt, zijn digitale etiketten een essentiële oplossing voor het verstrekken van informatie aan betrokken consumenten door het overbrengen van een duidelijke tekst in verschillende talen. Aan de andere kant zou het, zoals dit comité opmerkt, moeilijker moeten zijn om de fysieke labels van het product af te scheiden, zonder dat dit ten koste gaat van de duurzaamheid van de informatie of de functionaliteit van de producten. Hierbij moet er aandacht zijn voor de omvang van de etiketten (geen “boekwerken”) en materialen waaruit de etiketten zijn gemaakt. Deze wijken vaak af van de samenstelling van het textiele product waardoor recycling wordt bemoeilijkt.

De Product Environmental Footprint Category Rules^{xxxvi} (PEFCR).

De Product Environmental Footprint (PEF) is een levenscyclusanalyse (LCA) methodologie ontwikkeld door de Europese Commissie, die kan worden gebruikt om de milieu-impact en duurzaamheid van producten te beoordelen. LCA kan worden beschouwd als de 'fundamentele' methodologie voor de PEF en PEFCR. In de praktijk waren bestaande LCA-methoden echter te breed, wat vaak resulteerde in LCA-studies met tegenstrijdige resultaten op basis van de verschillende doelstellingen of methodologische keuzes van individuele studies. In reactie hierop ontwikkelde de EU-Commissie de PEF-methode, een meer specifieke set richtlijnen voor het uitvoeren van een LCA. Omdat de PEF-methode op zichzelf geen ondubbelzinnige en eerlijke vergelijkingen tussen verschillende productgroepen kan maken, zijn specifieke PEFCR's ontwikkeld voor de toepassing van de PEF methode op specifieke productcategorieën zoals textiel.

De verwachting is dat de eerste versie van de PEFCR textiel begin 2025 beschikbaar zal zijn. De PEFCR beschrijft voor textielproducten zoals kleding onder andere hoe de milieu-impact berekend moet worden; hoe duurzaamheid en gebruiksduur (technische levensduur) berekend kunnen worden; hoe de einde levensduur fase meegenomen moet worden in duurzaamheidsberekeningen. Ook wordt aangeduid wat een representatieve benchmark is voor een gemiddeld kledingstuk zodat een oordeel geplaatst kan worden over de relatieve duurzaamheid van een product.

PEFCR: Categorijsatie en benchmarking

In de PEFCR zijn 10 productcategorieën opgenomen voor textielproducten die onder de noemer ‘kleding’ vallen^{xxxvii}. De 10 productcategorieën zijn in onderstaande tabel weergegeven. In de originele versie van de tabel zijn nog 3 aanvullende categorieën opgenomen voor schoenen en schoeisel. Deze zijn binnen het kader van dit onderzoek buiten beschouwing gelaten.

Tabel 2: Textiel productcategorieën PEFCR.

Nr.	Categorie	Producten	Beschrijving
1.	T-shirts	Singlets, t-shirts, poloshirts, andere shirts met korte mouwen	Kledingstuk voor het bovenlichaam tot aan de elleboog
2.	Overhemden en bloezen	Overhemden met lange mouwen, blouses, tunieken, basislagen	Kledingstuk dat het bovenlichaam bedekt, inclusief de hele arm
3.	Truien en tussenlagen	Truien, vesten, hoodies, truien, sweatshirts, gebreide en wollen truien, vesten	Kledingstuk om het bovenlichaam warm en bedekt te houden
4.	Jassen	Blazers, colberts, overjassen, andere lichte jassen, regenjassen, outdoor winterjassen, parka's, donsacks, bontjassen, outdoor vesten, leren jassen	Kledingstuk om over een shirt of trui aan te trekken of om te beschermen tegen de elementen
5.	Broeken en shorts	Casual broeken, outdoor broeken, jurk broeken, jeans, sportbroeken, capribroeken, shorts	Kledingstuk om het onderlichaam te bedekken, kan beschermen tegen de elementen
6.	Jurken, rokken en jumpsuits	Pakken met korte en lange mouwen, strapless, overslag, lange en korte, eendelige pakken	Kledingstuk uit één stuk dat zowel het boven- en onderlichaam of alleen het onderlichaam, met uitzondering van broeken en shorts
7.	Leggings, kousen, panty's en sokken	Ondoorzichtige en transparante panty's, Panty's, visnetten, enkelsokken, kniekousen, laag uitgesneden sokken	Strakke kleding om de benen en/of voeten te bedekken
8.	Ondergoed	Boxers, slips, beha's, body vormgevende pakken	Kledingstuk dat onder kleding wordt gedragen, vaak naast de huid van het boven- of onderlichaam
9.	Badpakken	Bikini's, badpakken, racekleding zwemkleding, boardshorts	Kledingstuk gedragen voor water- of zon gebaseerde activiteiten
10.	Accessoires	Hoeden: petten, platte hoeden, wollen hoeden/beanies, fedoras, panamas, bolhoeden, newsboys	Kledingstuk om het hoofd te bedekken voor warmte of als modeartikel

		Sjaals en dassen: Warme en lichte sjaals, buffs, halsdoeken, hoofddoeken, sjaals, vlinderdassen Riemen: Dress riemen, casual riemen, gesp riemen, tie-up riemen, bretels	Kledingstuk dat om de nek wordt gedragen voor warmte of als modeartikel Flexibele band of riem die rond het middel of over de schouders wordt gedragen om kleding zoals een broek vast te maken of op te houden
--	--	--	---

Aan de hand van deze productgroepen stelt de PEFCR een benchmark op voor de gemiddelde product samenstelling. Zie daarvoor Tabel 3. Op het eerste oog geven de tabellen een overzichtelijke weergave. Over de representativiteit van de productsamenstelling kan een kritische kanttekening geplaatst worden. De productsamenstelling wordt bepaald op basis van een gewogen gemiddelde van de producten die in deze groepen worden genoemd. Zo is de representatieve samenstelling van een T-shirt gebaseerd op 70% katoen, 21,3% polyester en andere synthetische vezels, 2% gerecyclede polyester 6% viscose en 0.7% accessoires. Een T-shirt van 100% katoen wordt dus naast dezelfde meetlat gelegd als een poloshirt uit een 50-50 blend van polyester en katoen. De complexiteit en variabiliteit van de textielketens van deze producten, de producent en productiewijze vormt een barrière voor het maken van een eerlijke vergelijking van de milieu-impact van textielproducten die conform de PEFCR worden berekend. Het moet in het digitale product paspoort helder gemaakt worden welke samenstelling is gebruikt in de berekening van de milieu-impact van het product en hoe deze afwijkt van de samenstelling van het referentieproduct.

Tabel 3: Samenstelling van de representatieve textielproducten. ^{xxxviii}

Materiaal	RP1 T-shirt s	RP2 Overhemden & bloezen	RP3 Truien	RP4 Jassen	RP5 Broek en	RP6 Jurken	RP7 Legging s	RP8 Ondergoe d	RP9 Badpakke n	RP10 Accessori es
Acryl	0%	0%	5%	11%	0%	0%	7%	0%	16%	0%
Kasjmier en kameelhaar	0%	0%	4%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Katoen	70%	55%	34%	15%	47%	54%	22%	71%	15%	15%
Eenden dons	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Elastaan	0%	0%	0%	0%	4%	0%	9%	7%	9%	0%
Bont	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Leer	0%	0%	0%	1%	1%	0%	0%	0%	7%	7%
Linnen	0%	5%	0%	0%	0%	4%	0%	0%	0%	0%
Polyamide	2%	15%	7%	7%	7%	0%	27%	10%	51%	4%
Gerecycled polyamide	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Polyester en andere synthetische stoffen	21%	23%	22%	36%	31%	25%	19%	5%	38%	30%
Gerecycled polyester	2%	3%	4%	4%	3%	2%	2%	0%	2%	0%
PTFE	0%	0%	0%	2%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Zijde	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%
Viscose/ Modal/ Lyocell	6%	13%	5%	4%	2%	13%	8%	5%	0%	0%

Wol	0%	9%	24%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	26%
Trims	1%	1%	0%	2%	1%	1%	0%	0%	0%	1%

PEFCR: Indicatoren voor berekenen duurzaamheid

Kwantitatief

LCA van het product

De PEFCR voor textiel evalueert een uitgebreide set van 16 milieu-indicatoren om de milieu-impact van textielproducten gedurende hun hele levenscyclus te beoordelen. Deze indicatoren omvatten:

- Klimaatverandering
- Aantasting van de ozonlaag
- Menselijke toxiciteit (kanker en niet-kankereffecten)
- Zwevende deeltjes
- Ioniserende straling (menselijke gezondheid)
- Fotochemische ozonvorming
- Verzuring
- Eutrofiëring (land, zoet water en zee)
- Ecotoxiciteit (zoet water)
- Gebruik van water
- Gebruik van hulpbronnen (mineralen en metalen)
- Gebruik van hulpbronnen (fossielen)
- Landgebruik
- Waterschaarste
- Geluid
- Biodiversiteit

Deze indicatoren helpen een holistisch beeld te geven van de milieueffecten van textielproducten, van de winning van grondstoffen tot de verwijdering aan het einde van de levensduur. Per indicator is een uitgebreide onderliggende best practice methode opgenomen die zijn verwerkt in LCA rekensoftware en instrumenten. Producenten en adviesbureaus kunnen daarmee een totale milieu-impact beschouwing uitrekenen en deze relativeren aan een gemiddeld product zoals opgenomen in Tabel 3.

Omdat primaire data uit de waardeketen vaak niet rechtstreeks beschikbaar is wordt in de praktijk gerekend met gemiddelde data op basis van modellen met aangenomen uitgangspunten over de gemiddelde productiewijze. Door de uitkomsten van deze modellen te toetsen aan de benchmark van een representatief textielproduct per textielgroep zoals is opgenomen in Tabel 3 kan een conclusie getrokken worden over de gemiddelde duurzaamheidsprestatie van desbetreffende product.

Hoewel dit een werkbare methode is om op schaal een indicatie te geven van de gemiddelde duurzaamheid van één product over het andere, kan al geconcludeerd worden dat de methode een significant hoge gevoeligheid/fout marge zal hebben. Dit komt doordat vergeleken wordt met niet-representatieve benchmarks, de benchmarks gesteld door de PEFCR zijn een te grote simplificatie van de werkelijkheid, duurzamere producenten worden benadeeld terwijl minder duurzame producenten een voordeel kunnen ervaren. De LCA-modellen houden niet genoeg rekening met de verschillen in productiewijze per land en per producent. Twee naastgelegen producenten op dezelfde locatie kunnen voor het opleveren van een gelijk textielproduct qua materiaalsamenstelling een compleet verschillende milieu-impact hebben door het verschil in productiewijze. Enkel rekening houden met milieu-impact is te kort door de bocht. Ook kwalitatieve indicatoren zijn van belang, zie volgende paragraaf.

Om een eerlijke beschouwing te geven van de milieu-impact van het product moeten accuratere benchmarks opgesteld worden per productgroep en moeten aspecten zoals levensduur en kwaliteit meegenomen worden. Deze indicatoren helpen een holistisch beeld te geven van de milieueffecten van textielproducten, van de winning van grondstoffen tot de verwijdering aan het einde van de levensduur.

Technische levensduur

Omdat de daadwerkelijke gebruiksduur door en gebruiker moeilijk vooraf is vast te stellen, wordt onderzocht hoe lang het product daadwerkelijk “fit for use” is. Deze technische levensduur kan met testen op stoffen/materialen feitelijk worden vastgesteld. Vraag is wel in hoeverre deze testen in de praktijk op alle producten of materialen kan worden toegepast. In de PEFCR worden afhankelijk van het product en de oplage een aantal testen voorgeschreven. De discussie omtrent de uit te voeren testen bevindt zich in het stadium van definitieve besluitvorming (status augustus 2024).

Om een idee te krijgen van de testen die hier worden geëist, zijn in de PEFCR testen voor T-shirts (non-sports) weergegeven^{xxxix}.

End of Life Category	Required Normative Test	Criticality, Weighting	Basic Level	Moderate Level	Aspirational Level
Product Deformation	ISO 6330/ISO 5077: Determination of dimensional change after washing and drying (%)	Yes, 12%	$5 < x \leq 7\%$	$3 < x \leq 5\%$	$x \leq 3\%$
	ISO 16322-3: Determination of spirality after laundering - Part 3: Woven and knitted garments (%)	Yes, 12%	$6 < x \leq 8\%$	$4 < x \leq 6\%$	$x \leq 4\%$
Fabric Strength	EN ISO 12947-2: Determination of the abrasion resistance of fabrics by the Martindale method - Part 2: Determination of specimen breakdown (cycles)	No, 8%	$8,000 < x \leq 10,000$	$10,000 < x \leq 20,000$	$x > 20,000$
	ISO 13938-1 (or 2): Bursting properties of fabrics - Part 1: Hydraulic method for determination of bursting strength and bursting distension (Kpa)	Yes, 12%	$200 < x \leq 300$	$300 < x \leq 400$	$x > 400$
Fabric Aspect Damage	ISO 12945-1: Determination of fabric propensity to surface pilling, fuzzing or matting - Part 1: Pilling box method	No, 4%	$x = 2/3$	$3 \leq x \leq 4$	$x \geq 4/5$
	ISO 15487: Method for assessing appearance of apparel and other textile end products after domestic washing and drying - Product aspect: Holes or broken yarn	Yes, 12%	Absence of defect (15 pt): no hole and no broken yarn Presence of defect (0 pt): hole or broken yarn		
	ISO 15487: Method for assessing appearance of apparel and other textile end products after domestic washing and drying - Pilling and fuzzing	No, 8%	$x = 2/3$	$3 \leq x \leq 4$	$x \geq 4/5$
Accessories Aspect Damage	ISO 15487: Method for assessing appearance of apparel and other textile end products after domestic washing and drying - Handling of functional accessories	Yes, 12%	Aspirational (15 pt): $x = 5$, Functional accessories work perfectly as new Below Basic (0 pt): $x = 1$, Functional accessories which work poorly or no longer work		
	ISO 15487: Method for assessing appearance of apparel and other textile end products after domestic washing and drying - Trims and accessories appearance	No, 4%	Aspirational (15 pt): $x = 5$, No or negligible change in appearance Basic (5 pt): $x = 3$, Moderate change in appearance		
			Below Basic (0 pt): $x = 1$, Severe or distinct change in appearance		
Colour Damage	ISO 15487: Method for assessing appearance of apparel and other textile end products after domestic washing and drying - Colour change: Prints & embroideries	No, 4%	$x = 3$	$3/4 \leq x \leq 4$	$x \geq 4/5$
	ISO 15487: Method for assessing appearance of apparel and other textile end products after domestic washing and drying - Colour change: Main fabric	Yes, 12%	$x = 3$	$3/4 \leq x \leq 4$	$x \geq 4/5$

Figuur 12: PEFCR testen voor T-shirts (non-sports) weergegeven (bron: PEFCR).

De testuitslagen worden beoordeeld en ingedeeld in 3 niveaus: basis, gemiddeld en ambitieus. Afhankelijk van de testuitslagen en het gewicht wat aan een test is gehangen (niet alle testen tellen even zwaar mee) wordt de technische levensduur berekend. Op basis hiervan wordt een inschatting gemaakt worden van de daadwerkelijke gebruiksduur. Gebruiksduur is een belangrijke parameter in de duurzaamheidsbeoordeling omdat als functionele eenheid is gekozen voor impact per draagdag. Een verdubbeling van de levensduur zal bijna een halvering van de impact per draagdag kunnen betekenen. De verwachting is dat het belang van de levensduur (en dus ook van de kwaliteit van het textiele product) zal toenemen als hergebruik van kleding/textiel mainstream is (nu de snelst groeiende tak in kledingretail⁴).

Kwaliteit (ook gerelateerd aan ESPR)

Een duurzaam kledingstuk gaat per definitie lang mee. Dit houdt in dat het product:

- Een goede pasvorm heeft, die ook behouden blijft na gebruik en onderhoud (dus geen grote veranderingen in maatvoering – uitrekken of krimpen),
- Een goede kleurechtheid heeft (wassen, licht, zweet),
- Degelijk is geproduceerd met sterke naden, goede knopen en ritsen,
- Voldoet aan de eisen met betrekking tot comfort en functionaliteit.

Materiaalkeuze

Materiaalkeuze is belangrijk voor de duurzaamheid van een textielproduct. Een duurzaam textielproduct is uit materialen samengesteld, die de juiste functionele eigenschappen hebben. Polyester is heel sterk, maar neemt weinig vocht op; katoen is minder sterk, maar wel goed in het opnemen van vocht; wol blinkt juist weer uit in thermo-regulerende eigenschappen en elastaan zorgt voor een beter aansluitende pasvorm. De verschillende eigenschappen van de verschillende vezels worden vaak gecombineerd in een kledingstuk, waardoor deze vaak gemaakt zijn uit blends, zoals katoen-polyester en wol-polyester. Het gebruik van duurzame vezels^{xli} speelt vergeleken met de levensduurverlenging maar een beperkte rol of kan zelfs negatief uitpakken als de kwaliteit van die duurzamere vezels achterblijft bij die van de conventionele vezels. Ook hier kan een blend van duurzame (gerecyclede) vezels en conventionele vezels een betere oplossing zijn.

Duurzame productie

Duurzame product verlaagd de (cradle to gate) impact van een textielproduct. Het energieverbruik speelt nog steeds een belangrijke rol in de carbon footprint van een product. Het energieverbruik valt lager uit als:

- Dikkere garens worden gebruikt; het energieverbruik van een garenspinmachine is praktisch onafhankelijk van het garenummer, die de dikte van het garen weergeeft). Hoe dikker het garen, des te sneller 1 kg garen is gesponnen en dus hoe minder energie er is verbruikt;
- Het product gebreed is in plaats van geweven. Hier zijn hele mooie ontwikkelingen gaande waarbij weefprocessen kunnen worden vervangen door brei-processen, met name kettingbreien^{xlii} (warp-knitting).
- Andere aspecten die bepalen of een product duurzaam of minder duurzaam is hebben betrekking op de textielveredeling, het bleken en verven en/of bedrukken van stoffen. Hierbij geldt in het algemeen:
 - o Continue procesvoering gebruikt minder water, chemicaliën en energie dan batch-gewijze productie
 - o Behandelen van doek verbruikt minder energie dan het veredelen van garens. Garen-geverfde producten zijn te herkennen aan strepen of blokken in het design
 - o Donkere en diepe kleuren kosten meer kleurstof en water dan lichtere gekleurde artikelen. Lichtere kleuren zijn te verkiezen. Iedereen heeft wel eens ervaren dat met heel weinig kleurstof toch een wit artikel een kleur kan worden gegeven, als een gekleurd artikel per ongeluk met de witte was is gewassen.

Kreukherstellende finishes verminderen de sterkte van het textiel aanzienlijk^{xliii} en daarmee waarschijnlijk ook de gebruiksduur

Gevaarlijke stoffen

De aanwezigheid van gevaarlijke stoffen kunnen een belemmering vormen voor de recyclebaarheid van textiele producten (recycle disruptor), omdat voorkomen moet worden dat dergelijke stoffen zich verder verspreiden. Voorbeelden van gevaarlijke stoffen in textiel zijn bepaalde azo-kleurstoffen (benzidine analoge kleurstoffen, die sinds een tiental jaren niet meer gebruikt mogen worden) en PFAS. Hoewel dit op zich een goede impact-indicator

is, zal het daadwerkelijke gebruik van gevaarlijke stoffen feitelijk lastig aantoonbaar zijn. Daarbij: alle producten dienen in principe te voldoen aan Europese Reach-richtlijnen waardoor gebruik is toegestaan. Alternatieven zijn ook certificeringen zoals Oekotex standaard 100^{xliv}, ZDHC^{xlv} en Bluesign^{xlvi} die allen kijken naar de chemicaliën die in de productie worden gebruikt en/of in het product achterblijven.

Microplastics

Het vaststellen van de emissie van micro-plastics is onderdeel van de PEF-CR. Hierbij wordt in een testmethode bepaald welk gewicht aan deeltjes vrijkomen bij het wassen van het textiel. Er is nog geen koppeling met de bestaande LCA-methoden. Een verdere beperking is dat het onderzoek zich meestal op de effecten in aquatisch milieu (meestal lange termijneffecten op organismen die in zee leven) en niet of minder op emissies naar de lucht, die mogelijk een groter direct effect hebben op de gezondheid van mens en dier^{xlvii}. De testmethoden richten zich vooral op het wegen van de hoeveelheid vezels die vrijkomt tijdens het wassen. Er is een discussie gaande of het gewicht van de vrijkomende vezels een goede maat is voor de impact die deze vezels kunnen hebben in het aquatisch milieu. De grootste vezels dragen het meest bij aan het gewicht, maar worden het minst gemakkelijk opgenomen door organismen in dit milieu. Om opgenomen te kunnen worden moeten deze vezels eerst verder worden afgebroken. De vraag is of dit daadwerkelijk gebeurt, hoeveel tijd dat vraagt en of de deeltjes dan nog beschikbaar zijn voor micro-organismen of dat ze in het bodemslib zijn opgenomen.

Repareerbaarheid

Repareerbaarheid draagt bij aan het verlengen van de gebruiksduur van een textielproduct. Des te complexer het textielproduct is samengesteld of geproduceerd, des te complexer het wordt om te repareren. Bijvoorbeeld: een gelijmde rits of zoom is minder eenvoudig te repareren dan een ingenaaide rits of zoom. Bij repareerbaarheid is het van belang dat reserve-onderdelen beschikbaar zijn en blijven. Dit heeft met name betrekking op beschikbaarheid van knopen en ritsen. Een coderingsnorm van deze onderdelen kan de vindbaarheid en reparatie met hetzelfde onderdeel vergemakkelijken. De beschikbaarheid zelf van onderdelen is lastig vast te stellen aangezien relevantie zich in de toekomst kan ontwikkelen. Standaardisatie van knopen en ritsen zou de beschikbaarheid en daarmee de drempel voor repareerbaarheid kunnen verlagen.

Recyclebaarheid

Homogene textielproducten zijn eenvoudiger te recyclen dan samengestelde. Met name daar waar sprake is van blends van materiaalgebruik kan hoogwaardige recycling moeilijk worden toegepast. Dit is wel afhankelijk van de recyclingmethode die wordt geadviseerd. Mechanische textielrecycling kan ook werken met blends, maar levert vaak een lagere kwaliteit gerecyclede vezel. Chemische recycling en ook recycling via opsmelten (extrusie, alleen geschikt voor thermoplastische materialen) heeft een veel hogere zuiverheid als input nodig. Er lopen diverse onderzoeksprogramma's in binnen^{xlviii}- en buitenland^{xlix} om blends te scheiden en vervolgens de individuele fracties hoogwaardig te recyclen.

Bijlage 2. Opzet onderzoek consumentenpeiling

De consumentenpeiling bestond uit een kwalitatief onderzoek met 50 respondenten. De consumentenpeiling vond plaats eind augustus 2024. Er is gekozen voor verschillende winkellocaties op straat. De eerste locatie was bij Hoog Catharijne op het Vredenburg plein in Utrecht, de tweede locatie de Choorstraat Utrecht en de derde locatie de Langestraat in Amersfoort. De verschillende locaties zijn uitgekozen zodat er een verschillend type consument aangesproken zou worden, van fast fashion tot high-end. Consumenten werden actief aangesproken met de vraag of ze wilden deelnemen aan het interview, ongeveer 25% van de aangesproken consumenten ging in op het verzoek en nam deel. Van alle respondenten was er 1 deelnemer die zelf het interview initieerde. Om aan consumenten duidelijk te maken dat het een onafhankelijk onderzoek betrof en niet een straat-verkooppraatje, was er een stoepbord meegenomen met daarop de tekst 'Een duurzaamheidslabel voor kleding, wat vindt U?'.



Figuur 13: Foto van het stoepbord bij de consumentenpeiling op straat (bron: RHDHV).

Bijlage 3. Enquête consumentenpeiling

Achtergrondinformatie:

1. In welke mate neem jij duurzaamheid mee in je aankopen van kleding? (cijfer van 1-10)
2. Als u nadenkt over het kopen van kleding, wat betekent duurzaamheid dan voor jou?

Begrijpelijkheid ***Voorleggen van het Duurzaamheidslabel. (Toon de respondent een voorbeeld)*

3. Wat komt er in je op als je dit label ziet, wat betekent dit voor jou?
4. Hoe begrijpelijk vind je dit label?
 - Zeer onbegrijpelijk
 - Onbegrijpelijk
 - Neutraal
 - Begrijpelijk
 - Zeer begrijpelijk
5. Wat maakt dat je dit label (zeer) (on)begrijpelijk vindt? (indien antwoord neutraal tot zeer onbegrijpelijk)
6. Wat zou volgens jou kunnen helpen om dit label beter te begrijpen? (indien antwoord neutraal tot zeer onbegrijpelijk)

Betrouwbaarheid

7. Wat is voor jou een betrouwbaar label?
8. In hoeverre vertrouwt u dit duurzaamheidslabel, oftewel: vertrouwt u dat het label goed de duurzaamheid van een kledingstuk aangeeft?
 - Geen vertrouwen

- Weinig vertrouwen
- Neutraal
- Veel vertrouwen
- Volledig vertrouwen

9. Wat zou er volgens jou moeten gebeuren om de betrouwbaarheid van dit label te verbeteren?

Invloed op Koopgedrag

10. Zou je het wel of niet kopen van een kledingstuk laten beïnvloeden door de score van het kledingstuk?

- Nee, zeker niet
- Waarschijnlijk niet
- Misschien
- Waarschijnlijk wel
- Ja, zeker

11. Kun je uitleggen waarom wel of waarom niet?

12. **Als nee:** Wanneer zou een label voor jou wel tot duurzamer gedrag kunnen leiden?

Vergelijkbaarheid

13. In hoeverre vind je dat dit label je helpt de duurzaamheid van verschillende kledingstukken te vergelijken?

- Zeer onbehulpzaam
- onbehulpzaam
- Neutraal
- Behulpzaam
- Zeer behulpzaam

14. Welk van deze vier labels vind jij het best en waarom?

1 2 3 4

15. Wat maakt het vergelijken van kledingstukken met dit label makkelijk? En wat maakt het moeilijk?

Makkelijk

Moeilijk

Digitale Product Paspoort

Op QR code wijzen, doel QR code uitleggen, inzicht in digitale productpaspoort (dit wordt tijdens het interview kort mondeling toegelicht)

16. Zou je geneigd zijn meer informatie op te zoeken via de QR code?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

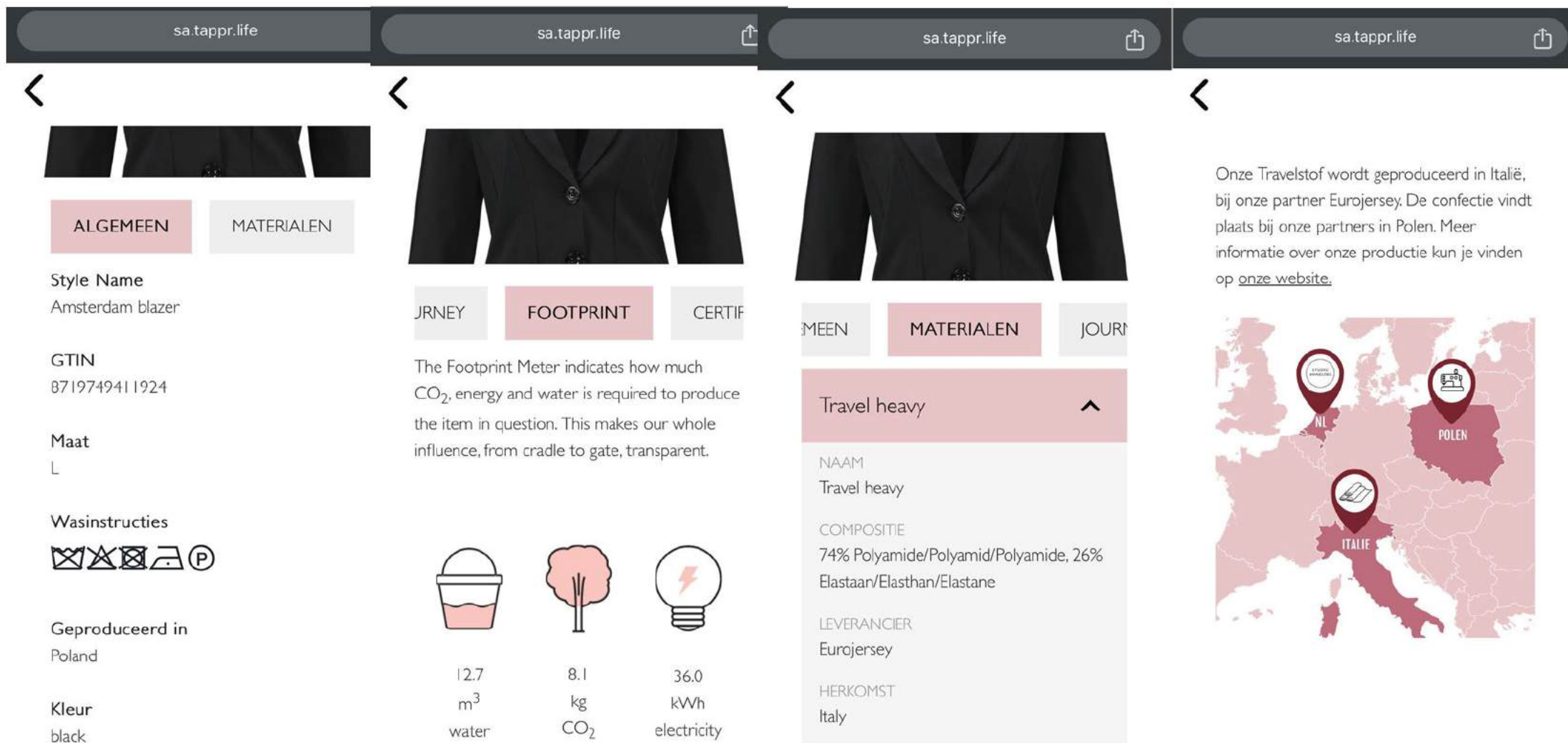
17. Kies uit deze lijst 4 items die voor jou het belangrijkste zouden zijn om te lezen in het digitale productpaspoort.

Duurzaam materiaalgebruik	CO2-uitstoot
Arbeidsomstandigheden	Duurzaam productieproces
Lange levensduur	Repareerbaarheid
WATERVERBRUIK.	Percentage van gerecyclede materiaal

--	--

Nog iets wat u kwijt wilt?

Bijlage 4. Beeldmateriaal consumentenpeiling



DUURZAAMHEID-SCORE



1

2

 Water: 1025 liter	Aandeel gerecyclede materialen: 35% 
 Klimaat: 45 kg CO₂	Recyclebaarheid:  Repareerbaarheid: ++ 

3

4

DUURZAAMHEID-SCORE

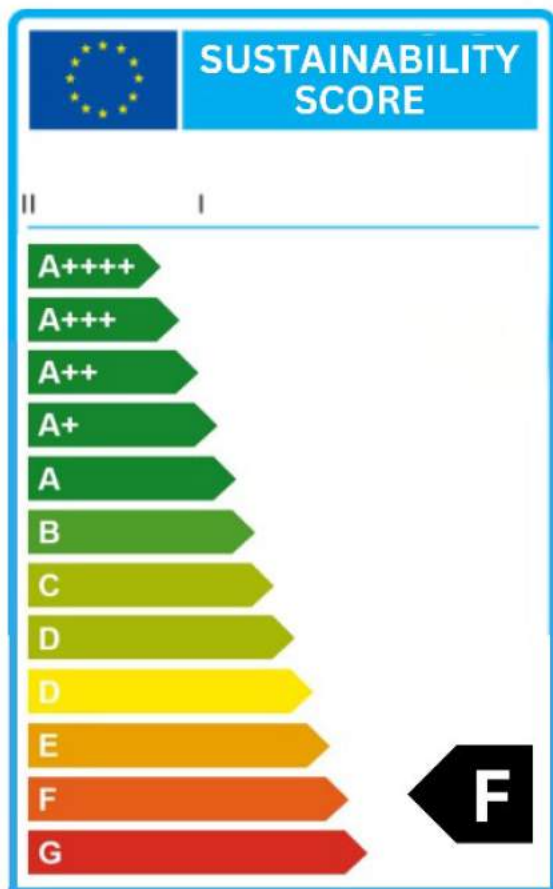
Productie



Recyclebaarheid



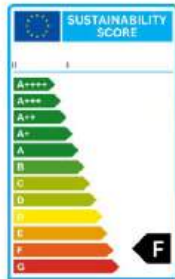
Gerecycled materiaal





NA-KD
Flared Jeans
€ 59,95 inclusief btw

Kleur: mid blue



MEER WETEN
OVER DE
DUURZAAMHEID-
SCORE VAN DIT
PRODUCT?
SCAN DE QR-
CODE



 We raden je aan een maat groter te bestellen

Maat kiezen

Bestel nu!

 Dit is een van onze populairste items van de maand

Verzonden door Zalando, verkocht door **NA-KD**



1-2 werkdagen
Expresslevering

€ 4,95

Gratis met **€35,-**

Probeer Plus nu 30 dagen gratis



2-3 werkdagen
Standaard levering

gratis



Gratis verzending en retour



100 dagen recht op retour



Items hervkopen



NA-KD
Flared Jeans
€ 59,95 inclusief btw

Kleur: mid blue



MEER WETEN OVER DE
DUURZAAMHEID-SCORE
VAN DIT PRODUCT?
SCAN DE QR-CODE



 We raden je aan een maat groter te bestellen

Maat kiezen

Bestel nu!

 Dit is een van onze populairste items van de maand

Verzonden door Zalando, verkocht door **NA-KD**



1-2 werkdagen
Expresslevering

€ 4,95

Gratis met **€35,-**

Probeer Plus nu 30 dagen gratis



2-3 werkdagen
Standaard levering

gratis



Gratis verzending en retour



100 dagen recht op retour



Items hervkopen



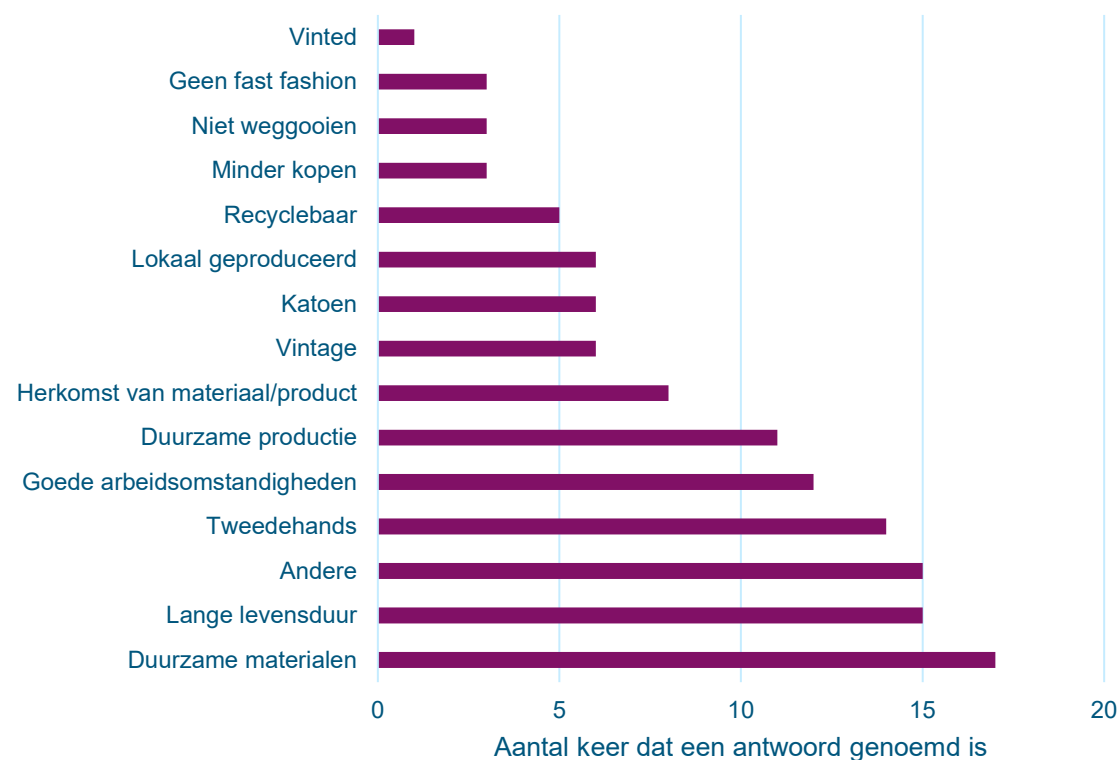
Bijlage 5. Resultaten consumentenpeiling

Visie op duurzaamheid met betrekking tot kleding



Figuur 14: Resultaten van de vraag: In welke mate neem jij duurzaamheid mee in je aankopen van kleding?

Wat betekent duurzaamheid voor jou bij het kopen van kleding?



Figuur 15: Resultaten van de vraag: Wat betekent duurzaamheid voor jou bij het kopen van kleding? De categorie 'Andere' bevat de volgende antwoorden: 1) Klimaat + Uitstoot fabriek, 2) Kledingruil, 3) Water gebruik, 4) Merk is goed voor de maatschappij, 5) Niet zoveel, 6) Organic, 7) Duurzame merken, 8) Niet massaproductie + niet primark, 9) Bamboe + watergebruik + Biologisch, 10) Kwaliteit + Bergen met kleding, 11) Uitstoot CO2, en 12) Bij duurzame marketing door fast fashion merken: schuldgevoel afkopen.

Begrijpelijkheid van het duurzaamheidslabel



Figuur 16: Resultaten van de vraag: Wat komt er in je op als je het Duurzaamheidslabel ziet? De categorie 'Andere' bevat de volgende antwoorden: 1) In geval van twijfel, nee, 2) Papier, 3) Dit geldt alleen voor de categorie 'Jeans', 4) Het voelt niet alsof dit op kleding zou staan, 5) Lelijk, websites zullen dit niet op hun website willen plaatsen, 6) Iets met duurzaamheid + is hier veel energie nodig geweest?, 7) Veel categorieën, 8) Ik zou verder kijken, 9) Fijn + wordt dit gecontroleerd?, 10) Fijn dat het een goede schaal is, 11) Verhelderend, 12) Ik zou doorzoeken + prijs, 13) Kunststoffen, 14) Logisch, 15) Groot op website is goed, 16) Als je 60€ betaalt wilt je een hogere score dan een F, 17) Gaat het lang mee?, 18) Wasmachine, en 19) Papieren label = duurzame uitstraling + sobere uitstraling van label.



Figuur 17: Resultaten van de vraag: Hoe begrijpelijk vind je het Duurzaamheidslabel?

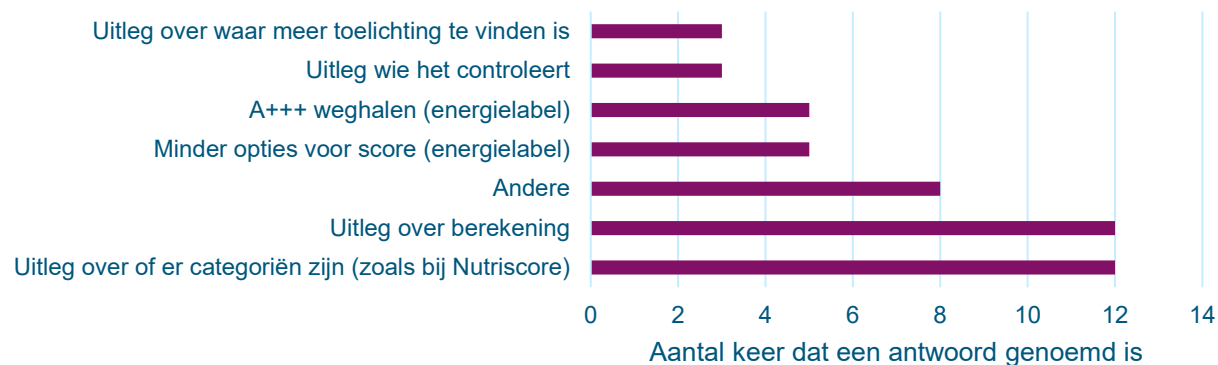


Figuur 18: Resultaten van de vraag: Wat maakt dat je het Duurzaamheidslabel begrijpelijk vindt? De categorie 'Andere' bevat de volgende antwoorden: 1) Letters, en 2) iets zeggen over levensduur.



Figuur 19: Resultaten van de vraag: Wat maakt dat je het Duurzaamheidslabel onbegrijpelijk vindt? De categorie 'Andere' bevat de volgende antwoorden: 1) Dochter besteld alles voor me, ik zie dit nooit dus het zegt me niks, 2) Wat is het verschil tussen de verschillende scores?, 3) Ik denk aan energie, niet duurzaamheid, 4) Lijkt te veel op nutriscore, 5) Te veel keuzes, 6) Hoe groot zijn de tussenstappen?, en 7) f = zwart + zonder bril lastig te lezen.

Wat kan helpen om het Duurzaamheidslabel beter te begrijpen?



Figuur 20: Resultaten op de vraag: Wat kan helpen om het Duurzaamheidslabel beter te begrijpen? De categorie 'Andere' bevat de volgende antwoorden: 1) Ander woord dan sustainability, 2) Conclusie toevoegen, 3) Meer kleuren (energielabel), 4) Hoeveel verschil zit er tussen categorieën, 5) Informatieicoontjes, 6) Is sociaal included?, 7) Groter (ik heb een bril nodig om te lezen), en 8) Grotere tekst + tekst in Nederlands ipv Engels.

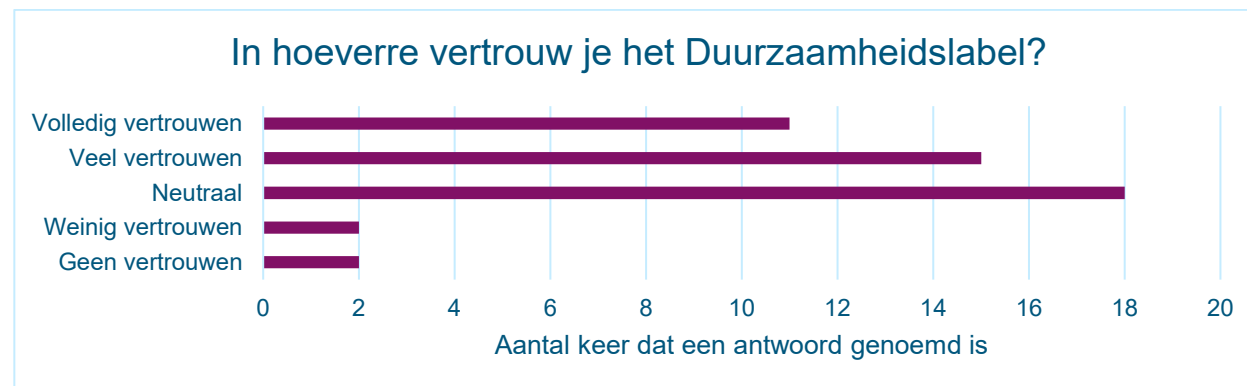
Betrouwbaarheid van labels

Wat is voor jou een betrouwbaar label?



Figuur 21: Resultaten van de vraag: Wat is voor jou een betrouwbaar label? De categorie 'Andere' bevat de volgende antwoorden: 1) 'Een goed merk' ('duurzaamheidslabel is een verwarrende term want label kan ook geïnterpreteerd worden als 'merk'), 2) Een groen etiket, 3) Foto's van personeel, beschrijving van productieproces, 4) Iemand met kennis het opstelt,

5) Transparant + online informatie te vinden, 6) Planet proof, 7) Keurmerk, 8) Denkt met label aan kledingmerk, 9) Aantonen dat het werkt, en 10) Een onafhankelijk stuk van journalisten over het label.

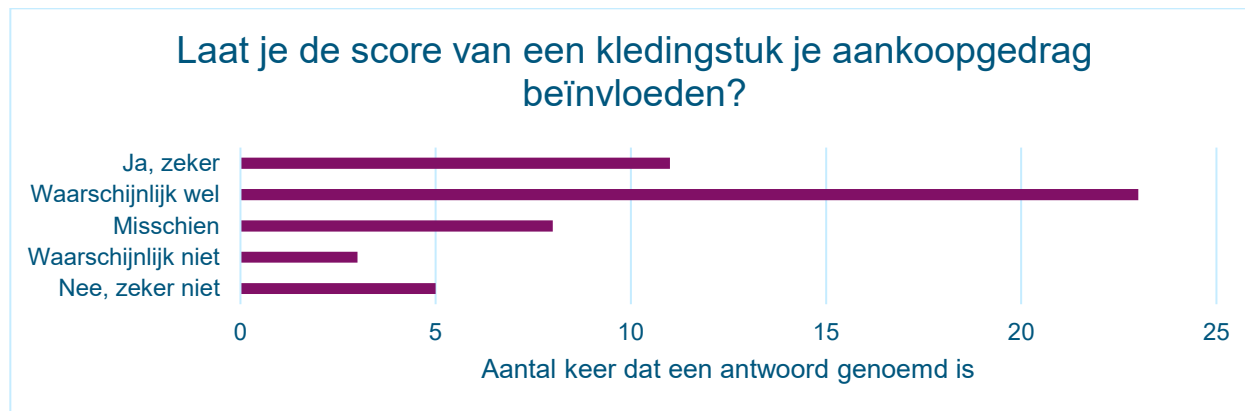


Figuur 22: Resultaten van de vraag: In hoeverre vertrouw je het Duurzaamheidslabel?



Invloed op koopgedrag

Figuur 23: Resultaten van de vraag: Hoe kan de betrouwbaarheid van het Duurzaamheidslabel volgens jou verbeterd worden? De categorie 'Andere' bevat de volgende antwoorden: 1) Uitleg over wat duurzaamheid is, 2) Niks, 3) Minder verschillende labels, 4) Design/materiaal van het label: iedereen kan zo'n labeltje aanmaken, 5) Hoe slecht is D?, 6) Versimpeld, 7) Nieuw design los van voedsel, 8) Transparantie, 9) Apart label voor duurzaamheid, niet hetzelfde als energielabel, en 10) Duidelijker aangeven dat het over duurzaamheid gaat.



Figuur 24: Resultaten van de vraag: Laat je de score van een kledingstuk je aankoopgedrag beïnvloeden?



Figuur 25: Resultaten van het verzoek: Leg uit waarom de score wel je aankoopgedrag beïnvloedt. De categorie 'Andere' bevat de volgende antwoorden: 1) Het leidt tot vergelijking tussen merken waardoor ik op termijn bepaalde merken zou gaan ontwijken, 2) Verzendkosten, 3) Het zet je tot denken, soms ontgaat het je om over duurzaamheid na te denken, 4) Groot verschil tussen merken zou ik naar handelen, en 5) Liever A dan C.

Leg uit waarom de score niet je aankoopgedrag beïnvloedt.

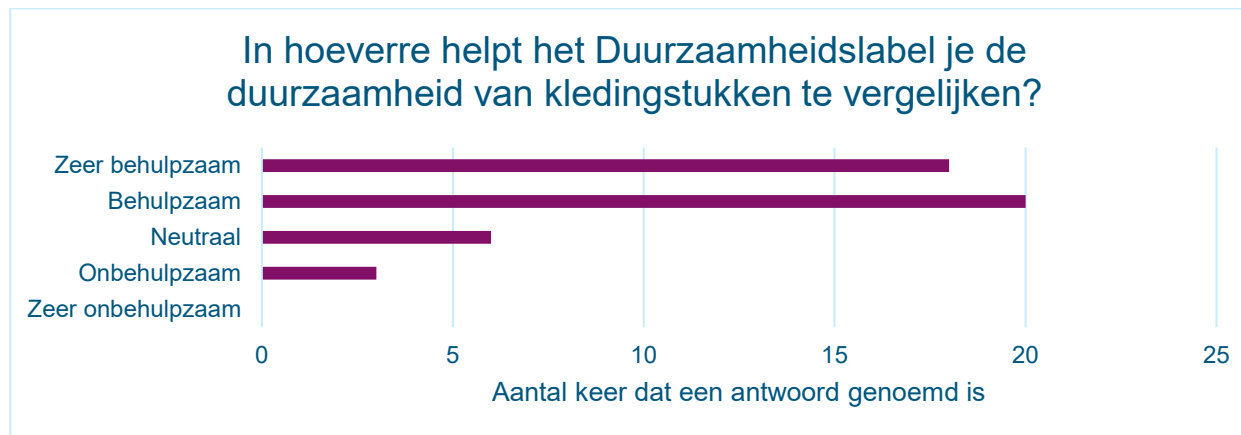


Figuur 26: Resultaten van het verzoek: Leg uit waarom de score niet je aankoopgedrag beïnvloedt. De categorie 'Andere' bevat de volgende antwoorden: 1) Tijdsdruk, 2) Geen besparing zoals bij energielabels: na de duurzame aankoop is er voor mij geen winst meer te behalen, 3) Kwaliteit, en 4) Ik koop niet vaak kleding.

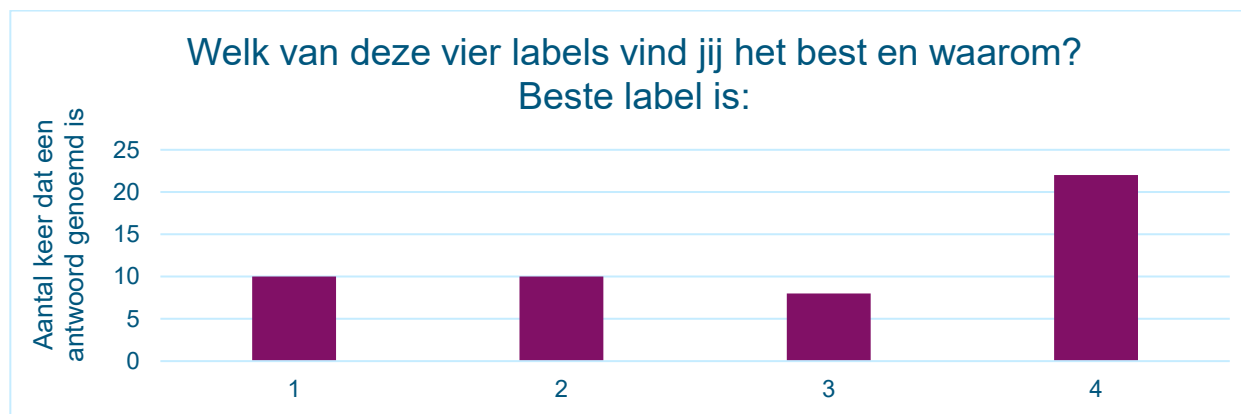
Tabel 4: Antwoorden op de vraag: Wanneer zou een label voor jou wel tot duurzamer gedrag kunnen leiden?

Concrete voorbeelden wanneer respondenten wél naar een duurzaamheidslabel zouden handelen
Alleen als het hetzelfde score systeem zou zijn voor ieder kledingstuk, niet zoals bij de Nutriscore
Als alle kledingstukken dezelfde criteria hebben, niet losse categorieën zoals bij de Nutriscore
Als er toegelicht waarom het slechter is (bijvoorbeeld in de vorm van de plaatjes die je hebt bij sigarettapakjes)
Als het kledingstuk aantoonbaar langer mee zou gaan
Als het mij helpt met vergelijken zonder dat het me extra tijd en moeite kost
Als je kleding er meer 'waard' door zou worden (bijvoorbeeld voor tweedehands verkoop) of een beloningssysteem
Bij een uitgebreidere toelichting/omschrijving
Filteroptie per duurzaamheidsscore bij een website zou geweldig zijn om duurzamer te handelen
Positief plaatje (visueel) over duurzaamheid (tegenovergestelde van pakjes op sigaretten)
Als het simpeler zou zijn; meer zoals Nutriscore

Vergelijkbaarheid van duurzaamheid van kleding aan de hand van het duurzaamheidslabel



Figuur 27: Resultaten van de vraag: In hoeverre helpt het Duurzaamheidslabel je de duurzaamheid van kledingstukken te vergelijken?



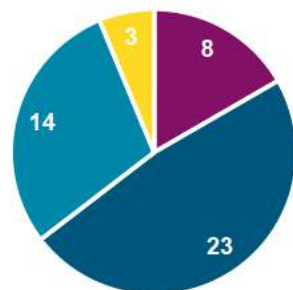
Figuur 28: Resultaten van de vraag: Welk van deze vier labels vind jij het best en waarom? Beste label is:

Tabel 5: Toelichting op de vraag: Welk van deze vier labels vind jij het best en waarom?

	Makkelijk	Moeilijk
1	Duidelijk	'Duurzaamheids-score' is nog niet bekend
	Herkenbaar (2x)	Lijkt te veel op Nutriscore (2x)
	In 1 oogopslag een indicatie van de score (2x)	Te algemeen
	Simpel (2x)	Te simpel
	Snelst een antwoord	Te weinig informatie
2	Gaat al over duurzaamheid	A+++ wat houdt dat in?
	Herkenbaar	Te algemeen
	Keurmerk belangrijk	Te veel categorieën (5x)
	Kleurtjes + lijkt op energielabel	De toegekende score heeft geen kleurtje
	Als keurmerk voor allerlei verschillende producten (niet alleen huizen en witgoed) geeft veel mogelijkheden	Lijkt op energielabels
3	Doet denken over recyclen vs. Hergebruiken	Cijfers zeggen mij niks (5x)
	Geeft feiten en concrete info	Dit is voor mij onbegrijpelijk (2x)
	Geeft het meeste inzicht	Feiten snapt niemand
	Het meest transparant	Info is te vaag
	Informatie geven is goed	Mist referentiekader
	Misschien voor achter de QR code	Niet in 1 oogopslag een indicatie van de score
	Picto's zijn goed en meer info is fijn	Pictogrammen zeggen hem niks
	Mensen die duurzaamheid belangrijk vinden vinden het niet erg om tekst te moeten lezen	Slecht en onbegrijpelijk
	Minder overdreven kleurtjes maakt het visueel aantrekkelijk	Slecht te vergelijken
		Te veel informatie (4x)
		Mist een algemene score
		Stelt me niet in staat om te vergelijken, want geen totaalscore
4	Kleurtjes vallen op (2x)	Stelt me niet in staat om te vergelijken, want geen totaalscore
	Door categorieën snap ik beter wat er met 'duurzaamheid' bedoeld wordt	
	Inzicht in subcategorieën is fijn (8x)	
	Onderscheiding is inzichtelijk +	
	Specificeert/verteld meer (3x)	
	Minder discussie over hoe de score tot stand gekomen is	
	Categorieën zijn fijn, je vindt niet alles belangrijk	
	Zorgt dat ik beter kan duiden en zorgt voor nuance	

Het digitale product paspoort

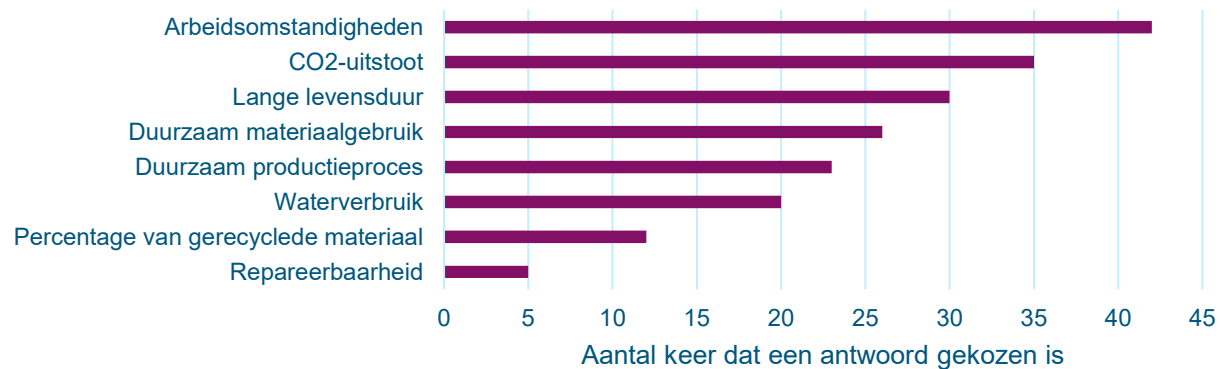
Zou je geneigd zijn meer informatie op te zoeken via de QR-code?



■ Ja ■ Nee ■ Ja, maar alleen in het begin ■ Ja, als ik twijfel

Figuur 29: Resultaten van de vraag: Zou je geneigd zijn meer informatie op te zoeken via de QR-code?

Kies uit deze lijst 4 items die voor jou het belangrijkste zouden zijn om te lezen in het digitale productpaspoort.



Figuur 30: Resultaten van het verzoek: Kies uit deze lijst 4 items die voor jou het belangrijkste zouden zijn om te lezen in het digitale productpaspoort.

Bijlage 6. Resultaten peiling experts en producenten

Verslag expertsessie 'op weg naar een begrijpelijk, betrouwbaar en vergelijkbaar duurzaam textiellabel'

26 juni 2024
RWS Utrecht

Aanwezig	
Genodigden	Bescherming persoonlijke levenssfeer
Vanuit het project	RHDHV en Ministerie I&W

Het Ministerie I&W introduceert het onderwerp kort: er komt een nieuwe EU-verordening voor het etiketteren van textiele producten. Het ministerie heeft daarom een onderzoek uitgezet om een aantal opties voor een textiellabel voor te stellen en verder uit te werken. De opdracht is gegund aan Royal HaskoningDHV (RHDHV).

RHDHV schetst het kader van het project: een betrouwbaar en gemakkelijk te begrijpen label waarin de milieu-impact van het product wordt weergegeven. Een aantal voorbeelden van onder andere de Nutri-score op voedingsmiddelen en het energielabel op witgoed worden getoond. Daarna volgt een korte presentatie over de wet- en regelgeving die in Europa op stapel staat en die direct of indirect de textielketen raakt. De European Sustainable Product Regulation (ESPR) en het daarmee samenhangende Digitale Product Paspoort (DPP) en de Product Environmental Footprint Category Rules (PEFCR) voor kleding en schoeisel, samen met de herziening van de vereisten aan textiel labelling, zijn hierbij het meest in het oog springend (maar er zijn nog een tiental andere regels ook in voorbereiding). Veel van de aanwezigen zijn bekend met deze toekomstige regelgeving. Vervolgens worden een paar voorbeelden getoond hoe een textiellabel voor de milieu impact van kleding er zou kunnen uitzien. Van een simpele A t/m E score, een iets complexere matrix-score waarin meerdere impact-categorieën een score krijgen tot een gedetailleerde getalsmatig ingevulde score. In alle gevallen zou zo'n label vergezeld kunnen gaan met een scanbare QR-code, waarmee achterliggende informatie kan worden opgehaald.

In de discussie die volgt wordt er een groot aantal punten genoemd waaraan het label zou moeten voldoen. Deze aandachtspunten kunnen verdeeld worden in de informatie die verstrekt wordt en de inspanning die een bedrijf moet doen om deze informatie te achterhalen.

Met betrekking tot de informatie die verstrekt wordt:

- Moet op moment van aankoop direct in het oog springen. Combinatie met het prijskaartje ligt dan voor de hand, omdat dit door elke klant wordt bekeken. Andere plekken, zoals het samenstellingsetiket, worden minder bekeken door consumenten.
- Niet te complex. Overschat de kennis van de gemiddelde consument niet. Milieu-informatie moet gemakkelijk kunnen worden verkregen en overgedragen.
- Een kleurcode, al dan niet met cijfers of letters, ligt dan voor de hand, omdat dit bekende uitingsvormen zijn voor consumenten. Kan dus zijn dat in bepaalde winkels (fast fashion) in dat geval de rode labels de overhand hebben. Is dat gewenst en acceptabel?
- Het DPP wordt gezien als een digital twin van het duurzame textiellabel, waarin meer informatie te vinden is. Een QR-code op het label moet toegang tot die informatie geven.

- Er zou ook plaats moeten zijn voor de sociale impact, naast de milieupact. Dit is (nog) niet onderdeel van de Pef methodiek. De consument heeft veel behoefte aan uniformiteit. Het geeft een vertekend beeld als het product (redelijk) goed scoort op milieu-impact en vervolgens slecht scoort op arbeidsomstandigheden of governance.
- De belangrijkste aannames over het gebruik moeten worden vermeld (op fysiek of digitaal) label. Hoe moet je het product gebruiken om het zo duurzaam mogelijk te laten zijn? Denk bijvoorbeeld aan hoe vaak je het kledingstuk dient te dragen.
- De fysieke vorm van het label: voorkeur gaat uit naar een label dat zichtbaar is aan de buitenkant van het textielartikel (bijvoorbeeld bij prijskaartje) gecombineerd met een QR code. De QR code is het liefst- naast op het prijskaartje- ook na aankoop en verwijdering van het prijskaartje terug te vinden in het kledingstuk. Bijvoorbeeld geprint in het kledingstuk (maar dat is vak technisch lastig) of op een innaailabel.
- Beleving van de consument kan anders zijn dan de uitkomst op het label. Veel consumenten stellen natuurlijk = duurzaam en synthetisch (plastic) = niet duurzaam. Daarom moeten de criteria waarop het label wordt gebaseerd transparant zijn en goed worden uitgelegd. De informatie achter de QR-code moet dan duidelijkheid verschaffen.

Met betrekking tot de inspanningen van een bedrijf:

- PEF wordt gezien als leverancier van milieudata voor DPP. Kan de info op het DPP vertaald worden naar een milieuscore en zo ja, hoe? In ieder geval zal er voor de milieu-data maar 1 systematiek gehanteerd moeten worden.
- Kosten moeten beheersbaar zijn; LCA's zijn duur. Met tools zou betrouwbare milieu-informatie tegen redelijke kosten beschikbaar gemaakt moeten kunnen worden. Het is duur om veel LCAs te ontwikkelen voor verschillende producten. Zeker als ze maar een bepaalde tijd geldig zijn. Textiel heeft te veel variabelen in een product, dus voor een realistische LCA zou je op productniveau willen meten.
- Opnemen van sociale impact naast milieupact in de score van het label is gewenst. Voegt wel complexiteit toe in berekening: nu nog geen onderdeel van PEF methodiek. Wel van DPP.
- De Europese Commissie gaf aan dat ze uiterlijk 15 april 2025 komen met wat er in het DPP moet landen. In 2027 worden de DPPs voor textiel verplicht gesteld. Dit kan uitdagingen gaan geven voor bedrijven. Uit de ESPR zullen er specifieke gedelegeerde acts komen per productgroep. De vroegste datum hiervoor is juli 2025 (voor textiel/kleding/schoenen en ijzer/staal). Een delegated act is pas van toepassing 18 maanden na publicatie dwz dat de toepassing van duurzaamheidsparameters en DPP ten vroegste voor kleding kan intreden begin 2027. Kosten voor bedrijven hangen sterk samen met de informatie die moet worden geleverd, de betrouwbaarheid van de informatie (primaire of secundaire data), wanneer deze informatie beschikbaar moet zijn (label wordt tijdens de productie aangebracht; hang tag kan later)
- Data op basis van meetgegevens, maar dan moet ook de meetmethode bekend zijn, of er moet een bepaalde bandbreedte gehanteerd worden. Dit kan betrekking hebben op het aantal metingen dat gedaan moet worden (bijv voor elke style, voor elk verschillend doek of voor elke kleur).
- In de bouw werkt men met de Milieu Kosten Indicator (MKI) als maat voor de duurzaamheid van een bouwwerk. De MKI geeft de schaduwkosten (maatschappelijke kosten) van alle toegepaste materialen.

Algemene relevante opmerkingen:

- Gelijk speelveld in Europa. Geen uitzonderingspositie voor Nederland. Liever minder ambitieuze criteria maar in heel Europa gelijk dan elk land met zijn eigen richtlijnen (zoals nu in Frankrijk met de AGEC-labelling).
- Nederland zou zich moeten kandideren om een Europese pilot te doen met betrekking tot textiel labeling.
- Hoe om te gaan met e-retail? Moet op de website de informatie beschikbaar zijn die ook op point of sale beschikbaar is? En kan dat worden afgedwongen?

- Warm pleidooi voor “keep it stupid simple”(KISS) voor zowel de producenten als de consumenten
- Belang van betrouwbaarheid, controle en voorkomen van fraude. Het moment waarop product en informatie gecombineerd wordt is een kritiek moment. Vanuit de huidige textiel labeling is het bekend dat hier onder tijdsdruk bewust (=fraude) of onbewust fouten worden gemaakt. Er zou strikte controle op de milieu-labeling moeten zijn. De informatie waarop het label gebaseerd is moet dus gecontroleerd en betrouwbaar zijn. Dit vraagt goed toezicht. De gevolgen van de invoering van een duurzaam textiellabel voor toezicht moeten worden meegenomen in conclusies over haalbaarheid. Gesprekken hierover met de ACM (product-claims) en ILT (klopt de informatie op het product) zijn verstandig.
- Mogelijk label koppelen met een buy-back schema: als je iets duurzaam aankoopt, dan kun je daar iets voor krijgen. Zo kun je nieuwe circulaire bedrijfsmodellen stimuleren. Denk aan Decathlon die kleding niet meer wil verkopen, maar wil verhuren.
- De genodigden pleiten ervoor om ook informatie op te halen bij meerdere groepen en initiatieven, zoals Shopping Tomorrow (bereid een Blue Paper met betrekking tot DPP voor), GfK onderzoeken met betrekking tot consumentengedrag en (andere) individuele bedrijven.

Om 14.30 wordt de vergadering door RHDHV afgesloten met een paar korte conclusies en het bedanken van de aanwezigen voor hun deelname

Verslag interviews

Interview Nutriscore

In een interview met twee ambtenaren van het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport is gesproken over hoe bij de invoering van een verplicht Europees duurzaam textiellabel geleerd kan worden van de invoering van de Nutriscore.

De Nutriscore is een label dat consumenten helpt een betere keuze te maken in de supermarkt. Het label is ingevoerd als onderdeel van het Preventieakkoord. Het is geen verplicht Europees label, omdat hier geen wetgeving voor bestaat binnen Europa. Het label is afkomstig uit Frankrijk en Nederland is een van de landen waarin het logo gebruikt wordt. Het is niet verplicht voor bedrijven om het label te gebruiken. In Nederland doen nu 140 bedrijven mee, waaronder huismerken van supermarkten. Voor invoering van het label is onderzoek gedaan onder consumenten wat de meest begrijpelijk voor consumenten zou zijn om ze te helpen een betere keuze te maken.

De Nutriscore kwam bij dit onderzoek als beste uit de test. Supermarkten en producenten zijn betrokken geweest bij de invoering van de Nutriscore. Voor de invoering van de Nutriscore werd gebruik gemaakt van een privaat label (het groene vinkje), maar dit label werkte niet goed voor consumenten. Bedrijven wilden dat de Nutriscore werd ingevoerd, zodat de consument meer transparantie kreeg en niet meer de achterkant van producten hoeft te lezen. Bedrijven waren ook blij dat regie voor het label nu bij overheid lag. Een wetenschappelijk comité buigt zich over de weging van het algoritme waarop de scores gebaseerd wordt. Er zijn op dit moment nog geen resultaten over effectiviteit. Er is een monitoringsprogramma opgezet en deze monitoring loopt via het Voedingscentrum en het RIVM. Het ministerie heeft heel veel geïnvesteerd in communicatie en het ontwikkelen van leidraden. Voor bedrijven heeft VWS een handboek ontwikkeld hoe zij het label op hun product moeten plaatsen. In alle communicatie over de Nutriscore richting consumenten staat dat het label van de overheid is, om vertrouwen te versterken.

Het ministerie is tegen verschillende uitdagingen aangelopen bij invoering van de Nutriscore:

- Het aanpassen van het algoritme in lijn met de eigen richtlijnen voor gezonde voeding in Nederland was een uitdaging
- De berekening of onderbouwing van de score bleek lastig uit te leggen aan consumenten. Veel consumenten interpreteren een hoge score als een gezonde keuze, terwijl het bedoelt is als een betere keuze binnen die productgroep.

- Communicatie was ook een uitdaging, zowel naar het bedrijfsleven als de consument, omdat dit veel inzet vraagt.
- Het ministerie heeft ook te maken gehad met kritiek uit de voedingswetenschappelijke kant, omdat wetenschappers vonden dat het label niet goed genoeg was. Zij waren van mening dat het pas ingevoerd mocht worden zodra het perfect was.

Het ministerie heeft op basis van ervaringen met de Nutriscore de volgende adviezen:

- Pak de invoering van het label samen met de industrie op. Overweeg te starten met pilots bij invoering.
- Als het duurzaamheidslabel voor textiel zou lijken op de Nutriscore, maakt VWS zich zorgen over onduidelijkheid rondom beide labels, omdat ze over verschillende onderwerpen gaan. Een label dat lijkt op het label op witgoed zou volgens hen beter matchen, aangezien dit label ook over duurzaamheid gaat.
- Denk na hoe om te gaan met bestaande labels, omdat dit label gaat concurreren met bestaande private duurzaamheidslabels. Van deze labels kan tegengas worden verwacht.
- Investeer in een uitgebreide communicatiestrategie richting bedrijven en consumenten
- Ontwikkel een toezichtstrategie samen met de toezichthouder. Toezichthouders moeten prioriteiten stellen en als het label van de overheid is, is het de verantwoordelijkheid van de overheid dat het goed gebruikt wordt.
- Hanteer een databank en maak deze transparant voor bedrijven en consumenten en monitor deze actief. Dit draagt bij aan de betrouwbaarheid.
- Wees je bewust van de tekortkomingen van het label en zorg dat je daar van tevoren een antwoord op hebt.

Verslag interviews duurzaamheidsexpert kledingbedrijven

In twee interviews met duurzaamheidsexperts werkzaam binnen kledingbedrijven is een beeld gevormd van de huidige situatie en uitdagingen bij de invoering van een verplicht Europees duurzaamheidslabel voor kleding, met specifieke aandacht voor de voorwaarden voor succes en de impact op bedrijven en consumenten. Hieronder volgt een verslag van de hoofdpunten die aan bod zijn gekomen in deze interviews.

Meerwaarde duurzaamheidslabel

- Veel bedrijven maken al gebruik van bestaande duurzaamheidslabels en certificeringen zoals GRS, RCS, OCS en Better Cotton. Deze private certificeringen helpen om transparantie te bieden over de milieuvriendelijkheid van hun producten.
- Een verplicht label zou volgens de duurzaamheidsexperts een meerwaarde kunnen bieden voor consumenten en producenten, omdat het zorgt voor een uniforme taal waarmee producten worden beoordeeld.
- Voor bedrijven is het belangrijk dat het label Europees wordt ingevoerd en niet lokaal, zodat zij niet hoeven om te gaan met verschillende regels per land.
- Een bijkomende overweging is dat er al veel bestaande certificeringen en standaarden zijn in de industrie, die mogelijk weerstand zullen bieden aan een verplicht Europees label. Vaak richten deze certificeringen zich op materiaalcertificering, maar de manier waarop een product wordt gemaakt, bijvoorbeeld of een fabriek op zonne-energie draait, wordt vaak niet meegenomen. Dit zijn belangrijke aspecten die in een nieuw label kunnen worden geïntegreerd.

Presentatievorm label

- Voor de betrouwbaarheid en begrijpelijkheid van een duurzaamheidslabel is het van belang dat de informatie eenvoudig en visueel wordt gepresenteerd. Een ABCDE-score zou een duidelijke en herkenbare manier kunnen zijn om de duurzaamheid van verschillende producten naast elkaar te zetten. Tegelijkertijd is het wel belangrijk dat zo'n score goed te onderbouwen en uit te leggen is. Een van de experts verwees daarbij naar het XTEX project¹ uit Frankrijk, waarin verschillende methoden voor milieulabels van kleding en schoenen, waaronder de ABCDE-score, geëvalueerd zijn.
- De meeste consumenten lezen volgens de duurzaamheidsexperts geen lange teksten, dus het label moet snel en duidelijk zichtbaar zijn. Een QR-code kan een handige manier zijn om meer gedetailleerde informatie te bieden zonder dat dit op het fysieke label hoeft te staan. Het is ook belangrijk dat het label niet alleen op de hangtag (die snel wordt weggegooid) maar ook in het carelabel van het kledingstuk wordt opgenomen, zodat de informatie beschikbaar blijft na aankoop.
- Om consumenten echt goed te informeren, het noodzakelijk is om uit te leggen waarom een bepaald product een bepaalde score heeft gekregen. Een Digitaal Product Paspoort (DPP) kan hierbij helpen door een dieper inzicht te geven in de herkomst van materialen, productieprocessen en andere relevante informatie.
- Er zijn ook zorgen over vergelijking tussen producten binnen het label. Bijvoorbeeld, leer heeft altijd een grotere impact op het milieu, maar er zijn verschillende manieren om dit te verbeteren. De vraag is of de complexiteit van milieu-impact in een totaalscore kunnen worden opgenomen en of dit nuances goed overbrengt naar de consument. Daarom experimenteren bedrijven ook met andere manieren om over de milieu-impact te communiceren, zoals het toevoegen van true pricing of het vermelden van specifieke milieu-impact indicatoren zoals CO2-gebruik.

Indicatoren en meetmethode voor onderbouwing

- De duurzaamheidsexperts zien veel uitdagingen bij de implementatie van het label. Zo werken de meeste bedrijven met verschillende standaarden en hanteren ze niet dezelfde chain of custody. Bovendien is de impactmeting van producten op dit moment verre van gangbaar in de sector, waarbij slechts een handvol bedrijven werkt met LCA's of de PEF-methode.
- Er is momenteel bijna geen product-specifieke data beschikbaar. Bedrijven zouden bij de invoering van een duurzaamheidslabel moeten beginnen met generieke gegevens die niet noodzakelijk representatief zijn voor hun eigen producten. Dit leidt tot generalisaties die afbreuk doen aan de waarde van het label. Het verzamelen van gedetailleerde data per product zou veel administratieve lasten met zich meebrengen.
- Ook is het belangrijk dat er goed wordt nagedacht over het moment van dataverzameling tijdens het ontwerpproces. Veel beslissingen worden namelijk pas in een laat stadium genomen, wat invloed kan hebben op de nauwkeurigheid van de informatie die in het label terechtkomt.
- Welke methode ook gehanteerd wordt, het is belangrijk voor bedrijven dat elk bedrijf dezelfde rekenmethode gebruikt. Zeker voor kleinere bedrijven zou deze rekenmethode gratis moeten zijn.

Belangrijke randvoorwaarden voor succes

- De verwachting is dat een verplicht duurzaamheidslabel grote invloed zal hebben op productie- en ontwerpprocessen. Er zijn zorgen om administratieve rompslomp en hoge kosten voor bedrijven. Hier moet over nagedacht worden bij invoering van het label.

- Er is ook de zorg dat als de consument al deze informatie krijgt, er een datadump ontstaat zonder dat de consument er echt iets mee kan doen. De informatie moet dus niet alleen verstrekt worden, maar ook begrijpelijk zijn voor de consument. Bovendien is het cruciaal dat er educatie komt voor consumenten. Er is momenteel een gebrek aan kennis over duurzaamheid, wat ertoe kan leiden dat het label zijn doel mist. Pilotprojecten waarin bedrijven en de overheid samenwerken, kunnen helpen om praktische problemen op te lossen en een effectiever systeem op te zetten.
- Bedrijven zouden zo min mogelijk administratieve lasten moeten ervaren, bijvoorbeeld door te voorkomen dat ze extra systemen moeten inrichten voor de informatieverzameling.
- Het is essentieel dat de regels voor het label duidelijk en niet voor interpretatie vatbaar zijn.
- Om bedrijven te ondersteunen bij de invoering van het label, is samenwerking met brancheorganisaties essentieel. Deze organisaties hebben het netwerk en de kennis om bedrijven te begeleiden bij de implementatie.

Verslag interviews toezichthouders

Aan de hand van twee interviews met toezichthouders (ILT en NVWA) is een beeld gevormd van de gevolgen voor toezicht bij invoering van een verplicht duurzaamheidslabel voor textiel. De belangrijkste punten die aan bod zijn gekomen in deze interviews zijn hieronder samengevat:

- Bij invoering van het label is het van belang dat toezichthouders die een rol krijgen op dit label samen een visie ontwikkelen voor toezicht op het label en een samenwerkingsstructuur opzetten.
- Toezichthouders adviseren beleidsmakers om een helpdeks in te richten voor bedrijven en deze ondersteuning te bieden bij invoering van nieuwe regelgeving.
- Samenwerking tussen toezichthouders binnen Europa is essentieel voor de effectiviteit van het toezicht, aangezien het hier gaat om een verplicht Europees label dat zal gelden voor verkoop van textiel aan consumenten binnen heel Europa
- Het controleren van de onderbouwing van het label wordt gezien als een uitdaging, aangezien veel textiel niet in Europa geproduceerd wordt. De ILT uitte de zorg dat de onderbouwing van het label een papieren werkelijkheid wordt die moeilijk te controleren is.
- Koppeling met verplichtingen vanuit de ESPR, Green Claims richtlijn en het DPP lijkt voor de hand te liggen, omdat in het DPP o.a. de onderbouwing van duurzaamheidsprestaties moet worden opgenomen. Het DPP biedt de mogelijkheid om veel data integraal op te slaan. Als een bedrijf de informatievoorziening en systemen daartoe goed op orde heeft, zou controle bedrijfsgericht kunnen worden uitgevoerd als administratieve controle.



November 2024

In opdracht van het Ministerie van
Infrastructuur en Waterstaat

Geschreven door

- Lea Priem
- Mareille de Bloois
- Anton Luiken
- Jasper Roosendaal

Vormgeving

- Josephine van Schendel