

De kwetsbare tango van de kledingsector en biodiversiteit



De kwetsbare tango van de kledingsector en biodiversiteit

Veel bedrijfssectoren hebben een ecologische footprint en zijn afhankelijk van producten die de natuur oplevert. Bedrijfsketens hebben impact op het milieu. Dit geldt ook voor de kledingsector. Uit onderzoek blijkt dat de kledingsector 10 procent van de wereldwijde afname aan biodiversiteit veroorzaakt. Tegelijkertijd is deze sector sterk afhankelijk van katoen waarvan de productie juist gebaat is bij een gezond milieu en biodiversiteit. De kledingsector heeft daardoor een kwetsbare relatie met het milieu en zal, al dan niet gedwongen door wetgeving en kritische consumenten, op zoek moeten naar toekomstbestendige alternatieven.

De VN Biodiversiteitsconferentie in Kunming van afgelopen oktober moet het nieuwe 'Parijs akkoord' voor biodiversiteit opleveren in 2022. De staat van biodiversiteit verslechtert wereldwijd in rap tempo, terwijl de mens wereldwijd ieder jaar 40 biljoen euro aan economische waarde aan de natuur onttrekt. De Green Deal van de Europese Unie heeft een biodiversiteitsplan afgekondigd om in 2030 maar liefst 30 procent van het land- en oppervlak als beschermd gebied te duiden en te beschermen voor vervuiling en exploitatie. Het akkoord van Kunming moet hetzelfde resultaat wereldwijd gaan opleveren.

De wereldwijde productie van kleding is een belangrijke bron voor de afname aan biodiversiteit. In het huidige tempo van lineair produceren en consumeren van met name 'fast fashion' lopen katoengebieden gevaar te verdrogen door overmatig waterverbruik of te worden vergiftigd door het gebruik van insecticiden en pesticiden. De sector betreft daarnaast zijn energie voor een groot deel uit bruinkool en veroorzaakt veel afval aan afgedankte en niet te recyclen kleding.

Dit levert milieu risico's op en de kledingsector staat daarmee bloot aan fysieke-, transitie- en reputatierisico's. Toekomstig tekort aan water kan de aanvoer van nieuw of 'virgin'-katoen flink verstoren en de prijzen opdrijven, waardoor de huidige verdienmodellen zwaar onder druk komen. In de helft van de kleding zit virgin-katoen verwerkt. Ditzelfde geldt voor toekomstig nieuwe wetgeving op het gebied van Uitgebreide Producenten Verantwoordelijkheid, die bedrijven dwingt afvalstromen meer te beheersen en meer circulair te gaan produceren. En consumenten worden kritischer en zullen mogelijk afdwingen dat de vervuiler betaalt. Bedrijven in de kledingindustrie zullen er de komende jaren serieus werk van moeten maken om deze risico's het hoofd te bieden.

Veel Nederlandse merken laten al zien dat het anders kan; zij werken aan hergebruik van kleding, levensduurverlenging, circulair design, gebruik van duurzame en gerecyclede materialen en een betere verwerking van afval. Samenwerking met ketenpartners en verder onderzoek is voor verdere ontwikkeling van deze processen cruciaal, net als het geloof en lef om het anders te doen om zo de impact op biodiversiteit te minimaliseren.

Biodiversiteit moet waarde krijgen in de businessmodellen van de kledingsector en de sector moet zijn sterke afhankelijkheid van biodiversiteit inzien en erkennen dat kritische grenzen overschreden worden. Een systeemverandering lijkt noodzakelijk waarbij wet- en regelgeving een gelijk speelveld kan creëren. Iedere ondernemer in de kledingsector zou zich moeten afvragen wat de impact van biodiversiteitsverlies is op de bedrijfsvoering, hoe hij of zij zich hiertegen kan wapenen en op welke manier zijn of haar bedrijf hier positief aan kan bijdragen.

In deze publicatie wordt ingegaan op het belang van biodiversiteit en de dubbelzinnige relatie die de kledingindustrie ermee heeft: de sector brengt de biodiversiteit schade toe, maar zonder biodiversiteit kan de mode-industrie eenvoudig niet bestaan.



Inhoudsopgave

Inleiding 2

1. Het belang van biodiversiteit voor de mens en economie 4

2. De onderlinge afhankelijkheid tussen de kledingindustrie en biodiversiteit 7

3. Impactvolle toekomstscenario's en risico's voor de kledingsector 11

3.1 Effecten van watertekort 11

3.2 Effecten van wetgeving en sectormaatregelen 12

3.3 Effecten van True Price 14

3.4 Effect van gedragsverandering bij de consument 15

4. De sector is al in beweging; voorbeelden uit de praktijk 17

5. Noodzakelijke stap voor biodiversiteit 20

Colofon 21



1. Het belang van biodiversiteit voor de mens en economie

Biodiversiteit is de combinatie van *bio* – leven en *diversiteit* – verscheidenheid. Het is een verzamelterm voor alle variatie aan leven binnen soorten, tussen soorten en tussen de ecosystemen waartoe ze behoren. Onder ecosystemen wordt verstaan de diverse leefgebieden en de diverse soorten die er voorkomen. Tussen 1970 en 2020 is 68 procent van de soortenrijkdom op aarde reeds verdwenen, aldus het [World Wide Fund](#) (WWF) vorig jaar in een alarmerend rapport dat door de coronacrisis onderbelicht is gebleven. Dagelijks sterven er tot [200 soorten](#) uit.

De staat van biodiversiteit en ecosystemen is van cruciaal belang omdat het de maatschappij schone lucht, voedsel, water en grondstoffen levert (zie kader).

De mens kan niet zonder de diensten die de biodiversiteit aanbiedt. De [Boston Consulting Group](#) (BCG) onderscheidt in een rapport uit maart 2021 vier ecosysteemdiensten waar de mens van afhankelijk is (zie kader).

BCG schat de gecombineerde jaarlijkse waarde van de ecosysteemdiensten op meer dan 150 biljoen dollar. Hierbij wordt bijvoorbeeld de waarde van een boom niet alleen bepaald door de opbrengst van het hout, maar ook de waarde die het heeft om zuurstof te produceren, CO₂ op te nemen en erosie tegen te gaan. Het bedrag gaat met veel aannames gepaard, maar het laat wel de enorme afhankelijkheid zien, los van de ethische kwestie die biodiversiteitsverlies met zich meebrengt.

Het cruciale belang van biodiversiteit en ecosystemen:

- » Bossen nemen CO₂ op, produceren zuurstof, filteren de lucht, gaan bodemerosie tegen, zorgen voor verkoeling, houden water vast, leveren hout en beschermen diverse diersoorten;
- » Insecten zorgen voor de essentiële bestuiving van gewassen en gezonde micro-organismen en voor een goede bodemstructuur waarop onze wereldwijde landbouw is gebaseerd;
- » Diverse inheemse planten uit bossen en tropische oerwouden zijn essentiële ingrediënten voor medicijnen;
- » Plankton in zeeën en oceanen is het basisvoedsel voor de gehele maritieme keten waarop onze visconsumptie is gebaseerd;
- » Koraalriffen en mangrovebossen bieden kuststreken bescherming tegen stormen en zijn de natuurlijke kraamkamers van de natuur die zorg draagt voor een gezonde visstand.

Ecosysteemdiensten

1. De eerste ecosysteemdienst is de bevoorrading dat binnen ecosystemen wordt gecreëerd zoals voedsel, hout en medicinale stoffen;
2. Ten tweede regulering van natuurlijke ecoprocessen die zorgen voor de stabiliteit van het milieu zoals koolstofvastlegging, waterfiltratie en luchtzuivering;
3. De derde ecosysteemdienst is cultureel van aard, waar natuurlijke ecosystemen diverse recreatieve functies dienen zoals (natuur)parken en mensen inspiratie en rust geven en het welzijn verbeteren. De coronacrisis heeft aangetoond dat burgers veel baat hebben bij ontspanning in de natuur;
4. Als vierde bieden ecosystemen leefruimte aan planten-, dieren- en micro-organismen. Deze zorgen weer voor een vruchtbare bodem en dus voor een goede voedsel- en grondstofproductie.

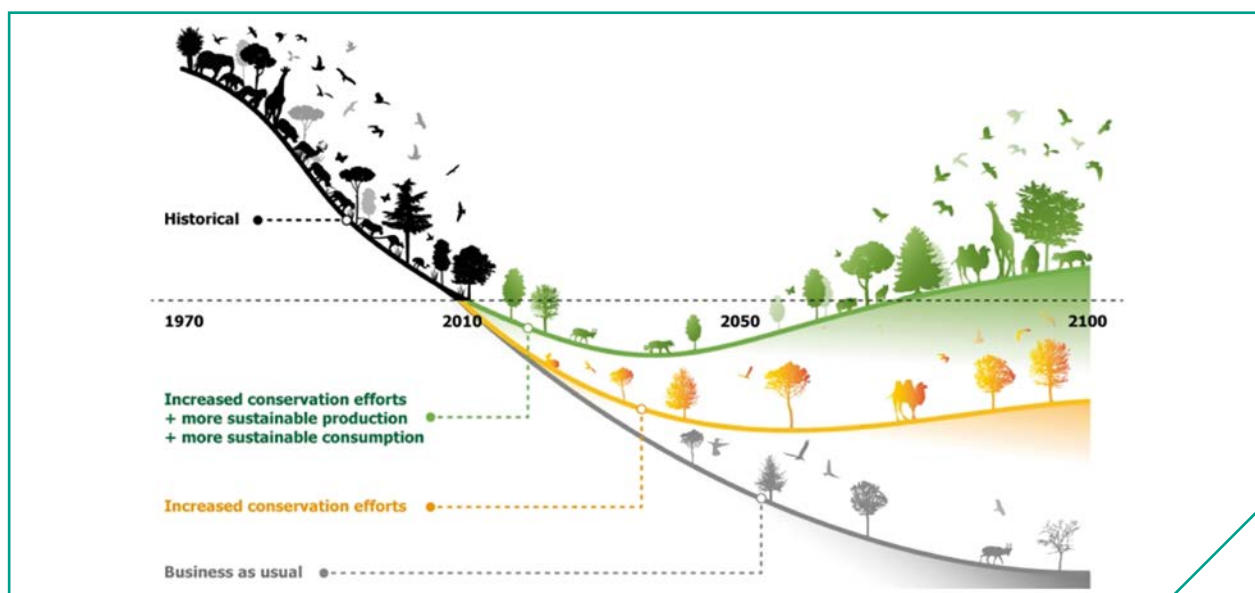


Minstens 50 procent van het wereldwijde Bruto Binnenlands Product van 80 biljoen dollar is volgens het World Economic Forum (WEF) afhankelijk van goed functionerende ecosysteemdiensten. Daarbij is 80 procent van de wereldbevolking er afhankelijk van. Recent [onderzoek van Swiss Re](#), een van werelds grootste verzekeringsmaatschappijen, laat zien dat een op de vijf landen een ecosysteem heeft dat op instorten staat, waaronder Zuid-Afrika, Israël en Australië. Biodiversiteitsverlies zal de maatschappij en de economie steeds harder raken.

Biodiversiteit is daarom het fundament voor diverse duurzaamheidsthema's zoals de Verenigde Naties (VN) die markeren in hun [Sustainable Development Goals \(SDG's\)](#). Duurzaamheid wordt gedefinieerd als de ontwikkeling waarbij aan de huidige menselijke behoeften kan worden voldaan, zonder het welzijn van toekomstige generaties in gevaar te brengen (World Commission on Environment and Development, 1987). Het tegengaan van biodiversiteitsverlies is van groot belang om de klimaatdoelen te halen, omdat uit [onderzoek](#) blijkt dat er tot op heden meer CO₂ vrij is gekomen door de verwoesting van natuurlijke eco-systemen dan door de wereldwijde verbranding van fossiele brandstoffen. Het herstellen van de bio-diversiteit zou al een [derde van de benodigde klimaat-mitigatie kunnen bewerkstelligen](#). Ook sociale duurzaamheidsthema's als honger, schoon drinkwater, armoede, goede gezondheid, welzijn en vrede zijn sterk verweven met biodiversiteitsverlies en de teruggang van ecosystemen.

De afname van biodiversiteit en teloorgang van ecosystemen kost de wereldeconomie volgens BCG nu meer dan 5 biljoen dollar per jaar in de vorm van verloren natuurlijke diensten en kosten voor herstel. Dit maakt duidelijk hoe de mondiale economie afhankelijk is van biodiversiteit. Als er op korte termijn niets gebeurt om het biodiversiteitsverlies tegen te gaan, gaat de wereld en de economie een onzekere toekomst tegemoet.

In onderstaande figuur van het [International Institute for Applied Systems Analysis \(IIASA\)](#) zijn schematisch de gevolgen weergegeven wanneer de mens op dezelfde voet doorgaat met lineair produceren en consumeren (grijze lijn). Toename van maatregelen om de natuur te beschermen (gele lijn) is niet voldoende om de afname aan biodiversiteit tegen te gaan. Om de curve de juiste kant op te krijgen (groene lijn) en de natuur daadwerkelijk te laten herstellen, zal het klimaat moeten stabiliseren waarbij het noodzakelijk is dat de voedsel- en grondstofteelt en de menselijke productie en consumptie drastisch verduurzamen.



Dit alles is niet nieuw. De Club van Rome maakte in 1972 al de omvang van de economische, sociale en ecologische gevolgen en gevaren duidelijk. Door onder meer de Green Deal van de Europese Unie (EU) en het recente alarmerende IPCC-klimaatrapport, staat het thema biodiversiteit nu hoog op de agenda van politici, overheden en steeds meer ondernemingen en consumenten, en wordt concreet beleid ontwikkeld.

Als onderdeel van de Green Deal is in de [EU-biodiversiteitsstrategie voor 2030](#) afgesproken dat ten minste 30 procent van de land- en zeegebieden van Europese lidstaten moet bestaan uit een netwerk van goed beheerde beschermde gebieden. Dit sluit aan bij de recente [biodiversiteitstop in Kunming](#). Deelnemende landen overlegden tijdens deze top over het maken van bindende biodiversiteitsafspraken voor het komende decennium. Verwacht wordt dat zij overgaan tot het stellen van gezamenlijke doelen om de natuur te beschermen en biodiversiteitsverlies tegen te gaan: Missie 2030. Hieronder wordt verstaan dat [30 procent van de oceanen en het land in 2030](#) worden beschermd tegen vervuiling door onder meer plastics en de invoer van invasieve soorten. Op dit moment wordt [15 procent van het land en 7 procent](#) van de zeeën beschermd. Door deze afspraken bindend te maken op de tweede top in Kunming in het tweede kwartaal van 2022 kan dit de status krijgen een 'Parijs akkoord' voor biodiversiteit.



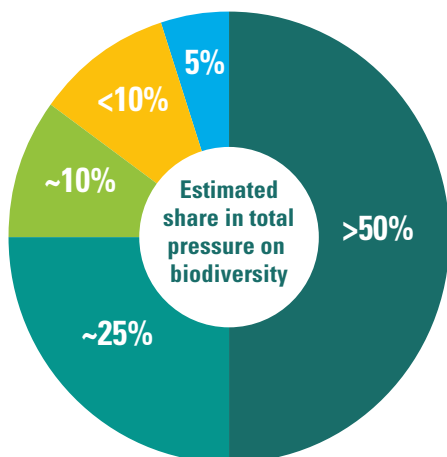


2. De onderlinge afhankelijkheid tussen de kledingindustrie en biodiversiteit

Veel sectoren hebben grote invloed op de staat van de biodiversiteit zonder dat ondernemers en burgers daar altijd weet van hebben. Onderstaande afbeelding laat de vier grote waardeketens zien die verantwoordelijk zijn voor ongeveer 90 procent van het biodiversiteitsverlies.

De mode-industrie is verantwoordelijk voor jaarlijks circa 10 procent van alle biodiversiteitsafname en heeft een grote biodiversiteitsvoetafdruk door onder andere grondstoffenwinning voor de productie van natuurlijke en synthetische vezels en stoffen. Mode is voor een groot deel afhankelijk van biodiversiteit en grondstoffen die de natuur biedt. Ongeveer 25 procent van de textielvezels en meer dan 50 procent van de kleding is gebaseerd op katoen.

Vier grote waardeketens zijn verantwoordelijk voor 90% biodiversiteitsverlies



- **Food and beverages,**
including packaging
- **Infrastructure and mobility,**
including housing, public infrastructure, and vehicles
- **Energy,**
including fuels, power, and other commodities
- **Fashion and related FMCG,**
including luxury goods
- **All other,**
including pharma, cosmetics, and consumer electronics

Bron: BCG maart 2021. [The Biodiversity crisis is a business crisis](#)

Bedrijven in de mode-industrie zijn sterk afhankelijk van biodiversiteit en natuurlijke bronnen, zoals water, landbouwgrond, gewassen als katoen en hennep, en grondstoffen als lyocell (cellulose gemaakt van eucalyptus). De mode-industrie is een grootverbruiker van water, [maar vervuult dit ook op grote schaal](#). Om een kilo katoen te produceren is volgens brancheorganisatie Modint tussen de 4.000 en 10.000 liter water nodig, afhankelijk van de regio en het seizoen. Het maken van een spijkerbroek kost al ongeveer 7000 liter water. Dit water wordt onder meer gewonnen uit oppervlaktewater van rivieren en meren, waar de lokale bevolking drinkwater van betreft. Door overmatig en langdurig watergebruik voor het produceren van katoen heeft dit op veel plekken geleid tot grote droogte en watertekorten voor de lokale bevolking en de natuur. Een bekend voorbeeld van de enorme gevolgen van de intensieve katoenteelt is het Aralmeer, liggende tussen Kazachstan en Oezbekistan.

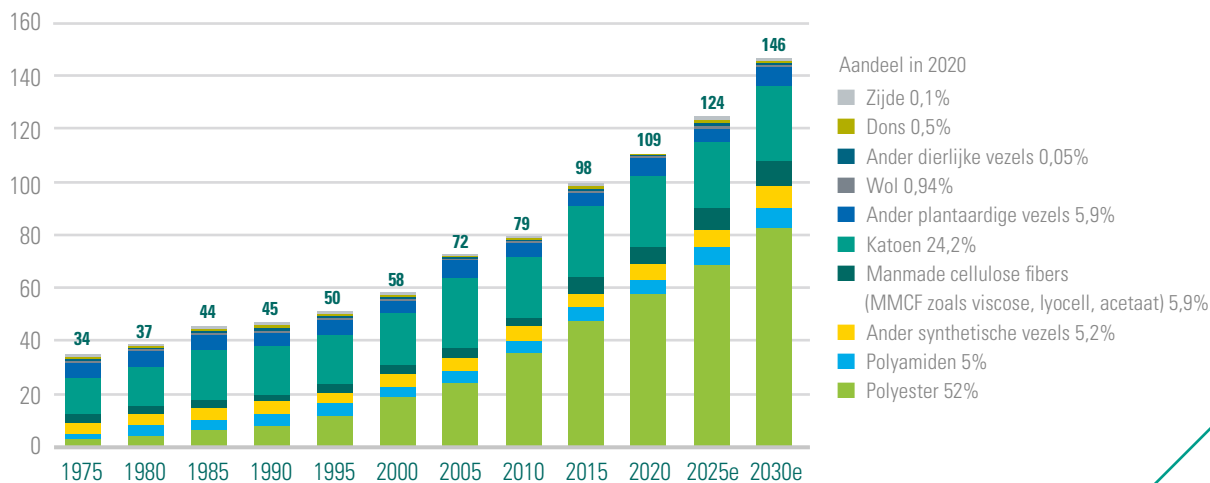




Het Aralmeer

Het destijds vierde zoetwatermeer ter wereld (tweemaal de omvang van België) is door intensieve katoenteelt sinds de jaren zestig van de vorige eeuw in de voormalige Sovjet-Unie nagenoeg opgedroogd doordat twee uitmondende rivieren werden omgeleid voor de katoenteelt. In dertig jaar tijd voltrok zich een milieuramp waarbij het resterende water verziltte, de zoetwatervissen stierven en bijna alle vegetatie verdween. Inmiddels is nog **10 procent** van het oorspronkelijke meer over, verdween de ooit bloeiende visindustrie en trokken mensen noodgedwongen weg uit de droge witte zoutwoestijn waar landbouw onmogelijk werd. De oorzaak lag in de grote vraag naar goedkoop katoen voor goedkope trendy kleding voor de westerse consument. Het menselijk ingrijpen is bij het Aralmeer de oorzaak geweest van het probleem, maar het kan ook de oplossing zijn. De in 2005 gebouwde Kokaral-dam zorgde er uiteindelijk voor dat water vastgehouden kon worden. Nu is het noordelijke deel van het meer aan het herstellen en komt de vis langzaam terug. Dit is echter een noodoplossing voor falend economisch beleid waarbij de natuurlijke grenzen niet zijn gerespecteerd en gewin voor de korte termijn leidend is geweest.

Global fiber production in million tonnes

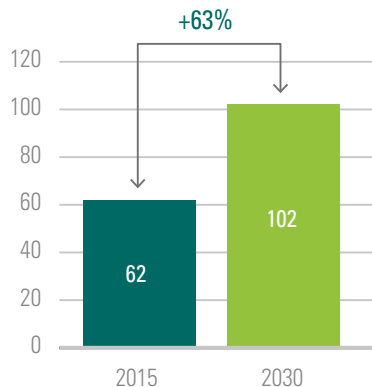


Bron: Textile Exchange Preferred Fiber & Materials Market Report 2021

De wereldwijde vezelproductie is in de afgelopen 20 jaar bijna verdubbeld van 58 miljoen ton in 2000 naar 109 miljoen ton in 2020. De wereldwijde vezelproductie per persoon in 1975 van 8,4 kilo is gestegen naar 14 kilo per persoon in 2020. Vezels worden in de kledingindustrie gebruikt maar ook in andere industrieën zoals de woon- en kantoorinrichting en de automotive maar [Textile Exchange](#) maakt daar in haar jaarlijks onderzoek geen onderscheid in. De verwachting is dat de wereldwijde economische groei na de coronacrisis weer toeneemt en dat de totale vezelproductie groeit naar 146 miljoen ton in 2030. Katoen heeft met 24 procent na polyester het grootste aandeel.

Volgens BCG zal de vraag naar kleding – en dan vooral goedkope – in 2030 maar liefst 63 procent hoger liggen dan in 2015. Dit leidt tot een enorme toename van het watergebruik voor het telen van katoen en watergebruik in het productieproces, zoals in onderstaande figuur is te zien. Daarnaast neemt de emissie van CO₂ flink toe door het veelvuldig gebruik van steenkool op buitenlandse productielocaties. Bij een toenemende vraag naar kleding stijgt ook het gebruik van insecticiden en pesticiden in de katoenteelt, waardoor het bodemleven wordt verwoest en lokale bewoners en biodiversiteit ziek worden. Ook het gebruik van chemicaliën en verven bij de productie van kleding stijgt. Deze komen veel gevallen terecht in het lokale oppervlaktewater, net als de microplastics die bij het wassen van kleding vrijkomen. Dit treft de gezondheid van mens en dieren. Tenslotte is de verwachting dat de afvalberg van afgedankt en niet-recyclebare kleding steeds groter wordt. Al deze bijeffecten hebben een negatief effect op de biodiversiteit, vooral in landen die kleding produceren.

De kledingconsumptie groeit met 63% tot 2030



Verwachte wereldwijde kledingconsumptie (in miljoen ton)

...en milieudruk zal stijgen

Waterconsumptie
(in miljard kubieke meters)

+50%

Emmissie van energie
(in miljoen ton CO₂)

+63%

Gebruik van chemicaliën*
(pulse score in %)

+49%

Afval
(in miljoen ton)

+62%

*Geschatte stijging

Bron: BCG en Global Fashion Agenda, Pulse of the fashion industry 2017

Vanwege de verscheidenheid aan risico's in de katoenketen is er geen eenduidige definitie van duurzaam katoen. Brancheorganisatie Modint hanteert onderstaande categorieën: Best, Better, Preferred en Conventioneel. Onder druk van ngo's, de publieke opinie en wetgeving onderneemt de mode-industrie al stappen om de situatie te verbeteren, maar deze zijn vooral gericht op het verbeteren van de sociale omstandigheden van arbeiders ('preferred' katoen¹), op een duurzamere, biologische katoenteelt waarbij daarnaast geen gebruik gemaakt wordt van chemicaliën en pesticiden zoals [GOTS](#) en op het gebruik van duurzamere materialen ter vervanging van virgin-katoen zoals de [Global Recycle Standard](#). Conventioneel katoen houdt met dit alles niet of nauwelijks rekening en is niet gecertificeerd.



Modint fiber matrix. Guiding towards circularity

Examples of fibers from specific suppliers and/or their brand names of relevant certifications. This is not an exhaustive list.

	Best	Better	Preferred	Conventional
Cotton	Recycled cotton (GRS)	Gecertificeerd Organic cotton (GOTS)	Preferred cotton Better cotton (BCI) Cotton made in Africa (CmiA) Cotton in conversion	Conventional cotton

Bron: Modint Fiber Matrix 2021

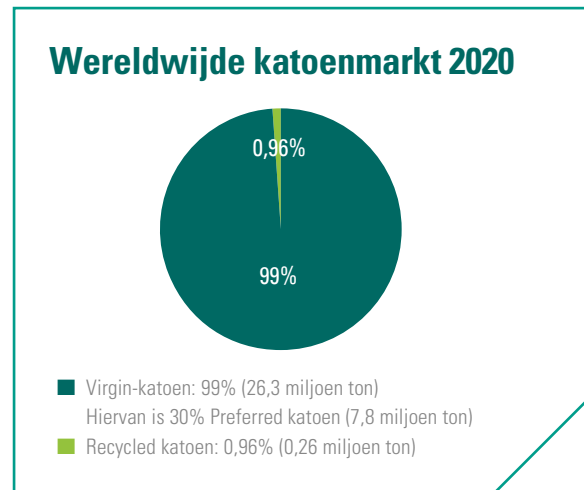
¹ 'Preferred' katoen staat op de lijst van diverse erkende wereldwijde standaarden inclusief: ABRAPA, BASF e3, Better Cotton Initiative (BCI), Cleaner Cotton, Cotton made in Africa (CmiA), Fairtrade, Fairtrade Organic, Field to Market, In-Conversion Cotton (Transitional in USA), ISCC, myBMP, Organic, REEL Cotton, Regenerative Cotton, and the USCTP



Voor herstel en behoud van biodiversiteit is echter meer nodig dan biologisch en gerecycled katoen. In de biologische katoenteelt worden weliswaar geen pesticiden en insecticiden gebruikt, maar mede omdat de opbrengst daardoor lager is, wordt nog steeds veel water gebruikt en is extra land nodig om aan de vraag te kunnen voldoen. De inzet van biologisch katoen bij een toenemende kledingvraag is daarmee uiteindelijk niet de oplossing voor het behoud van biodiversiteit.

Wereldwijd wordt er 26,3 miljoen ton katoen per jaar geproduceerd. Slechts 0,96% is gerecyceld katoen. Het preferred katoen aandeel is wel gegroeid van 24 naar 30% in 2020.

In de [top 10](#) van landen met de meeste katoenproductie is water schaars en vormt de katoenteelt een bedreiging voor de ecosystemen. Nummer 1 en 2 zijn India en China, gevolgd door de Verenigde Staten en Pakistan. Ook Oezbekistan, Australië en Turkije – de nummers 6, 7 en 8 – kampen met structurele watertekorten en met grote risico's van permanente woestijnvorming. De vraag is hoe lang hier nog katoenproductie kan plaatsvinden, en tegen welke (ecologische) prijs.



Bron: Textile Exchange Preferred Fiber & Materials Market Report 2021

Naast de verspilling van enorm veel water en landbouwgrond zijn er nog veel andere negatieve bijeffecten van de mode-industrie op de biodiversiteit. Zo is de omvang van de impact van microplastics door polyesterkleding nog onduidelijk. Veel andere bijeffecten worden veroorzaakt doordat veel fashionbedrijven voor elk onderdeel van hun productieproces op zoek gaan naar de laagste kosten als het gaat om arbeidsloon, belastingen en milieumaatregelen. Op deze wijze proberen veel fast fashion-bedrijven de consumentenprijzen laag te houden, omdat hun business-model afhankelijk is van het zeer regelmatig aanbieden van goedkope trendy kleding. Hun klanten worden op deze wijze verleid om zo vaak mogelijk nieuwe kleding te kopen, die bovendien in het algemeen maar kort wordt gedragen.

Grote fashionbedrijven hebben een sterke positie in de keten en kunnen bij producenten lage prijzen afdwingen door te 'dreigen' om naar de concurrent over te stappen. Door deze 'race to the bottom' en het vaak ontbreken van samenwerkingen voor de langere termijn ontbreekt het producenten veelal aan financiële ruimte en prikkels om te investeren in duurzamere productieprocessen die bijdragen aan het herstel van de biodiversiteit. De rekening van met name goedkope westerse kleding wordt zo overgeheveld naar de mens en de natuur in de landen waar het geproduceerd wordt. Steeds meer kledingbedrijven voelen echter de verantwoordelijkheid om deze negatieve cirkel te doorbreken. Zij sluiten zich aan bij [de Global Organic Cotton Round Table](#) om de transitie naar biologisch katoen te versnellen of committeren zich aan de '[2025 Sustainable Cotton Challenge](#)'. Hierbij committeren de 127 aangesloten merken en producenten zich om in 2025 het meest duurzame katoen te gaan gebruiken.





3. Impactvolle toekomstscenario's en risico's voor de kledingsector

In het voorgaande hoofdstuk zijn een aantal effecten van de mode-industrie op de biodiversiteit genoemd. Daarbij zijn mogelijke scenario's te bedenken die door het verlies van biodiversiteit en bijbehorende mogelijke maatregelen van invloed zijn op de sector. Er kan daarbij sprake zijn van *fysieke risico's*, zoals het ontbreken van noodzakelijke grondstoffen, en *transitierisico's* die ontstaan indien een bedrijf zich onvoldoende aanpast aan de veranderende omstandigheden. Tenslotte bestaat er ook nog iets als *reputatierisico*. Veel ontwikkelingen zijn nog niet uitgekristalliseerd, maar we pogen hier de **waarschijnlijkheid** en **impact** voor de kledingsector van vier mogelijke scenario's te beschrijven en hoe de sector daar mee kan omgaan.

3.1 Effecten van watertekort

De wereldwijde katoenmarkt is divers en de prijs is mede afhankelijk van criteria als de lengte, dichtheid, uniformiteit en de bruikbaar- en luchtdoorlatendheid van de vezel. Naast kwaliteit wordt de prijs uiteraard bepaald door vraag en aanbod en zijn er wereldwijd diverse katoensoorten die verhandeld worden. Zoals het gangbare Shankar 6 dat uit India komt. Zoals uit de grafieken op de volgende pagina blijkt, zijn de katoenprijzen het afgelopen jaar flink gestegen voor zowel biologisch- als preferred- als recyceld katoen. Op 3 december jongstleden is volgens Modint de prijs voor conventioneel Shankar 6 virgin-katoen 108,9 dollarcent per pond (niet in grafiek) met een laagste stand dit jaar van 69,9 dollarcent.

De prijs voor conventioneel is gestegen maar nog steeds goedkoper dan biologisch katoen. Dat komt omdat de echte prijs, in paragraaf 3.3 omschreven als true price, niet wordt betaald. Opvallend is de relatief lage prijs voor gerecycled katoen en het vraagt volgens Modint om verder onderzoek of dit te maken heeft met de vaak kortere lengte van de vezels en de specifieke vraag in de regio. Het wordt vaak gemengd met virgin-katoen. Conventioneel virgin-katoen is echter vooralsnog te goedkoop. In hoofdstuk 2 werden de negatieve effecten geschetst van overtollig watergebruik in de katoenproductie op de biodiversiteit met risico's van verwoestijning tot gevolg.

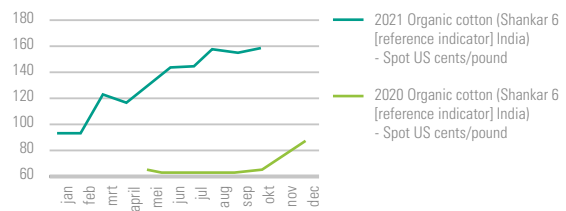
Door de toenemende wereldwijde vraag naar kleding neemt de vraag naar virgin-katoen toe, maar nemen de opbrengsten door watertekorten af. Het is aannemelijk dat de katoenprijs uiteindelijk verder stijgt.



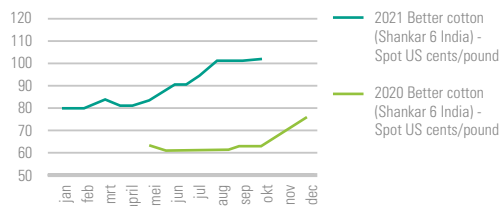
Dit leidt op den duur tot hogere verkoopprijzen van kleding. Fast fashion-merken worden hierdoor duurder en verliezen hun aantrekkelijkheid voor een deel van de klanten. Dergelijke merken die hun lineaire model blijven handhaven, veelvuldig nieuwe collecties per jaar uitbrengen van voornamelijk goedkope producten en gebruikmaken van voornamelijk virgin-katoen, gaan naar verwachting problemen ondervinden.

Merken kunnen zich op meerdere manieren tegen dit risico verweren. Dat begint met het design van nieuwe kleding: aandacht voor circulaire ontwerpen waarbij de kleding na langdurig gebruik eenvoudig als grondstof hergebruikt kan worden en waarbij de kleding zelf ook bestaat uit gerecyclede materialen. Merken die dit doen, zijn niet of minder afhankelijk van nieuw toekomstig duur katoen. Ze moeten zich bovendien richten op tijdloze- en kwaliteitscollecties die lang mee gaan en daardoor minder afhankelijk zijn van de traditionele lineaire verkoopmodellen. Kledingbedrijven die kiezen voor 'verhuurmodellen' als kleding-as-a-service zijn in dit scenario in het voordeel. Met stijgende prijzen wordt het voor de consument interessanter om het kledingstuk te huren in plaats van daadwerkelijk te kopen.

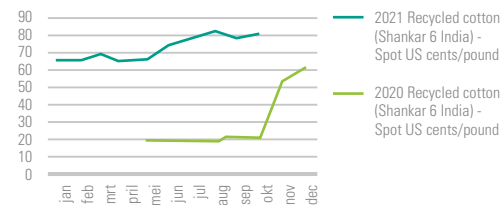
Organic cotton (Shankar 6)



Better cotton (Shankar 6)



Recycled cotton (Shankar 6)



Bron: Modint Raw Materials Alert nr. 11, 2021

Waarschijnlijkheid
(binnen 5 jaar, schaal 1-5): **4**

Impact op sector
(schaal 1-5): **5**

3.2 Effecten van wetgeving en sector-maatregelen

De Nederlandse kleding- en textielsector heeft de ambitie uitgesproken om in 2050 volledig circulair te zijn met omstandigheden die goed zijn voor mens, dier en milieu. Strengere regelgeving en stimulerende maatregelen op het gebied van duurzaamheid zijn nodig om de kledingsector sneller te laten veranderen en achterblijvers te stimuleren. Er bestaat al diverse Europese wetgeving; regels gericht op de bescherming van gebruikers in de EU, regels ter bescherming van het milieu en regels ter verstrekking van informatie over (textiel)producten. Er is echter nog weinig specifieke wetgeving die leidt tot aanzienlijke verduurzaming van de kledingindustrie en waar de overheid op kan toezien en handhaven.



Maar er worden stappen gezet en specifieke Nederlandse wetgeving is in de maak. Het Convenant duurzame Kleding en Textiel (CKT), opgericht in 2016, is een goed voorbeeld van samenwerking dat zich richt op het verduurzamen van de textielketen met verbeterde omstandigheden voor mensenrechten, milieunormen en dierenwelzijn. Bij het CKT aangesloten bedrijven werken vanuit een collectieve aanpak aan het verbeteren van de misstanden in hun keten met stakeholders en bedrijven. De vrijwillig aangesloten bedrijven verplichten zich tot het doen van due diligence. In de praktijk gaat de meeste focus echter nog uit naar de mensenrechten en blijft bescherming van biodiversiteit onderbelicht. Dit blijkt bijvoorbeeld ook uit het [State of Fashion 2020 rapport](#). Hier is voornamelijk aandacht voor de sociale omstandigheden in de keten. Over duurzaamheid en biodiversiteit wordt amper gerept.

Voormalig staatssecretaris Van Veldhoven heeft aangekondigd per 2023 een uitgebreide productenverantwoordelijkheid (UPV) te willen invoeren voor textiel. Hiermee worden modeketens en producenten verantwoordelijk voor de inzameling, recycling, hergebruik en afvalverwerking van hun producten. Deze maatregel moet de branche een financiële prikkel geven om kleding te produceren van hoge kwaliteit die zich goed leent voor recycling en tegelijk gebruik van virgin-katoen uiteindelijk minimaliseert.

Brancheorganisaties Modint en INretail zien de UPV als een collectief instrument om in 2050 een circulaire kleding en textielsector te realiseren en de negatieve impact van de kledingsector te minimaliseren. Het plan is de UPV te starten in 2023. Het beleidsplan van de overheid heeft als doel om stapsgewijs tot volledige circulariteit in 2050 van de sector te komen. Overheid en sector moeten nog tot overeenstemming komen. Frankrijk heeft al een soortgelijke wet aangenomen waarbij overtollige kledingvoorraden niet meer vernietigd mogen worden.

Waarschijnlijkheid
(binnen 5 jaar, schaal 1-5): **5**

Impact op sector
(schaal 1-5): **3**

Wil de kledingsector de circulaire doelen in 2050 halen, dan moeten wetgeving en sturing vanuit de sector zelf in de nabije toekomst verder aangescherpt worden. Aanscherping van de regels en stimulering van het gebruik van gerecyclede materialen hebben naar verwachting een positieve werking op de biodiversiteit.

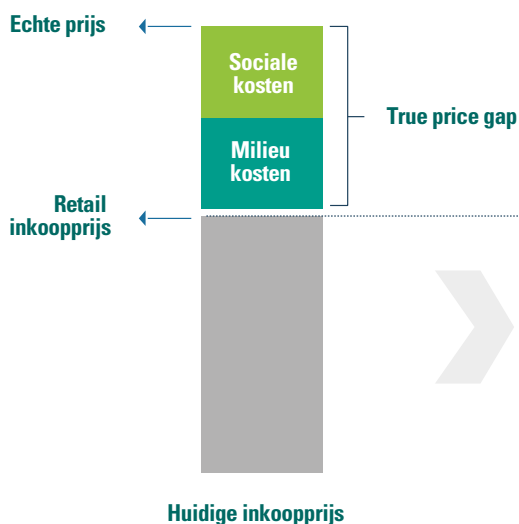


3.3 Effecten van True Price

De true price van een product is de commerciële prijs van een product plus alle direct aan het product toevoegbare kosten die niet in de prijs zijn verdisconteerd. Het product is dus te goedkoop. De 'true price gap' omvat alle directe externe kosten die geen onderdeel zijn van de prijs maar wel degelijk betaald moeten worden. Dit gebeurt bijvoorbeeld door de lokale gemeenschappen waar de productie plaatsvindt en waar lucht- en water vervuild raakt of door toekomstige generaties als het gaat om klimaatverandering en de daarmee gepaarde kosten. Dergelijke externaliteiten zijn schadelijk voor de biodiversiteit en de samenleving, alsook een risico op termijn voor de onderneming zelf.

In het rapport '[De verborgen kosten van een spijkerbroek](#)' schetst ABN AMRO een fictieve productieketen van spijkerbroeken. Het gaat hierbij om de katoen- en denimproductie in India, waarbij de broek gemaakt werd in Bangladesh en verscheept naar Rotterdam. In dit onderzoek werd de 'True Price'-methodiek gehanteerd. Door de gehele keten in kaart te brengen en gebruik te maken van databronnen, kunnen verborgen milieu- en sociale kosten gedefinieerd worden. De conclusie van dit rapport is dat de fictieve spijkerbroek uit het onderzoek 33 euro te goedkoop was. De verborgen milieu-kosten bedroegen 10,90 euro per spijkerbroek.

Het verkleinen van de true price gap



Sociale impact in scope

Onvoldoende lonen en sociale zekerheid
Onvoldoende inkomen
Gezondheid & Veiligheid
Kinderarbeid
Gedwongen arbeid
Intimidatie
Discriminatie
Overwerk
Ontzegging van vrijheid van vereniging

Milieu impact in scope

Luchtvervuiling
Waternvervuiling
Grondvervuiling
Klimaatverandering
Landgebruik
Energiegebruik
Gebruik van grondstoffen
Watergebruik

Bron: ABN AMRO De verborgen kosten van een spijkerbroek

Indien kleding de echte prijs krijgt, biedt dit perspectief voor meer duurzame businessmodellen zoals tweedehands kleding (zoals kringloop- en vintagewinkels, digitale marktplaatsen en zelfs de gevestigde orde die tweedehands verkoopt) en verhuurmodellen van kleding (zoals Lena, My Dressoir en Masterpiece). Bij een echte prijs van een kledingstuk zal de sector meer op vraag produceren en zo overbodige onverkochte voorraden proberen te vermijden die anders vernietigd worden.

De verwachting van ABN AMRO is dat het belang van true pricing de komende jaren gaat toenemen. EU-wetgeving en sterker bewustzijn onder consumenten dwingen ondernemingen om transparantie te bieden over hun keten en producten. Dit zal effect hebben op de fashion-sector. De druk van de sector op het milieu en biodiversiteit zal onder invloed van de Green Deal en nationale wetgeving moeten verminderen, grondstoffen worden schaarser, de druk van ngo's neemt toe op gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen en meer consumenten willen bewuster en 'schuldvrij' kleding consumeren.

Het zal nog lang duren voordat True Pricing wordt geïntroduceerd door wetgeving, maar vanwege de mogelijke impact bij invoering apart het vermelden waard. Verder onderzoek is nodig. De methodiek kan een prijsverhogend effect hebben, waardoor een kledingstuk duurder wordt en verkoopvolumes vervolgens dalen, maar waardoor toekomstige verborgen schade aan de biodiversiteit afneemt. Wetgeving moet uiteindelijk een eerlijker speelveld creëren waarbij de vervuiler betaalt en waarbij wordt voorkomen dat duurzame kleding waarin alle kosten meegenomen worden moet concurreren met te goedkope kleding met negatieve impact. De betaalde meerprijs moet ingezet worden om de keten te verduurzamen en om de verborgen kosten te verhelfen.

Dit is geen ondenkbaar scenario, maar uitvoering vereist sectorale en politieke wil. Bij aanvang zal het aankomen op individuele bedrijven die hiermee intrinsiek aan de slag willen. De waarschijnlijkheid is daarom voor de komende vijf jaar als laag ingeschat. Echter, in de Foodretail experimenteren Albert Heijn en Lidl al met dergelijke methoden en kent Amsterdam al zijn eerste True Price supermarkt 'De Aanzet'. Indien true pricing gemeengoed wordt, gaat dit voor consumenten transparantie bieden waarop bewustere keuzes gemaakt gaan worden en dat heeft uiteindelijk grote impact voor de sector.

'Transparency is the first step.
It is not radical but necessary'

Bron: McKinsey State of fashion 2020

Waarschijnlijkheid
(binnen 5 jaar, schaal 1-5): **2**

Impact op sector
(schaal 1-5): **5**

3.4 Effect van gedragsverandering bij de consument

En dat brengt ons tenslotte bij de consument die uiteindelijk de kleding koopt en waaraan een apart scenario gewijd mag worden. Steeds meer westerse consumenten worden zich bewust van de gevolgen van kleding op het milieu, ook al rapporteerde de Sustainable Brand Index dat slechts 28 procent van de Nederlanders weet wat biodiversiteit inhoudt. Echter, de roep om transparantie en duidelijkheid vanuit het vorige scenario wordt meer voelbaar, ook op het thema biodiversiteit. Technieken als blockchain en QR-codes kunnen helpen om de consumenten meer inzicht te bieden.

Uit een eerder [onderzoek van ABN AMRO](#) blijkt ook dat 48 procent van de respondenten bij de aankoop van een product, duurzaamheid (heel) belangrijk vindt. Hetzelfde beeld geeft de [Monitor Merk en Maatschappij](#). In dit laatste onderzoek geeft 58 procent van de respondenten aan bewust consumeren als middel te zien om zuinig op de aarde en natuur te zijn. Uit beide onderzoeken blijkt ook duidelijk dat de consument vindt dat de overheid en het bedrijfsleven hoofdvantwoordelijk zijn voor de verduurzaming van producten. De consumenten achten hun eigen rol daarbij meer ondergeschikt. Specifiek voor fashion blijkt dat 54 procent van de respondenten vindt dat een maatschappelijke rol van het merk en duurzaamheid belangrijk zijn bij de aanschaf van kleding. Hierbij kiest 54 procent voor eerlijk geproduceerde producten, iets meer dan de helft let op het milieu en 49 procent op dierenwelzijn bij de aanschaf van kleding.





©casa.da.photo / Shutterstock.com

Consumenten worden steeds kritischer op het gedrag van bedrijven. Ze verlangen van bedrijven transparantie en daadkracht op het thema duurzaamheid en behoud van biodiversiteit. Het vertrouwen in merken wordt groter naarmate deze een positieve bijdrage leveren aan de maatschappij. Daarentegen wantrouwt meer dan een derde van de consumenten in beide onderzoeken de duurzame claims van bedrijven. De jaarlijkse [Fashion Transparency Index 2021](#) is een voorbeeld van een publicatie die consumenten steeds meer inzicht geeft waar de grote modemerken voor staan. Deze index laat helaas zien dat het overgrote deel van de modemerken onder de maat rapporteren over zaken als verbruik en gebruik van water en gevaarlijke chemicaliën, het tegengaan van ontbossing, CO₂-uitstoot, gebruik van duurzame materialen en afval door overproductie.

In dit scenario is het uitdragen van een 'purpose' als fashionbedrijf niet voldoende. Het gaat consumenten steeds meer om het commitment: het daadwerkelijk leveren op die purpose. Maatschappelijk verantwoord ondernemen waarbij producten gemaakt worden die niet schadelijk zijn voor de mens en het milieu wordt meer en meer een zaak van hygiëne. Het merendeel van de consumenten wil uiteindelijk niet geassocieerd worden met kleding die slecht is voor het milieu en de biodiversiteit, en kiest voor verantwoorde merken of alternatieven zoals tweedehandskleding. Hoger bewustzijn bij de consument zorgt voor serieuze reputatierisico's voor de sector.

Waarschijnlijkheid
(binnen 5 jaar, schaal 1-5): **4**

Impact op sector
(schaal 1-5): **5**





4. De sector is al in beweging; voorbeelden uit de praktijk

Het tij begint te keren en diverse kledingmerken proberen de vervuiling van de kledingindustrie terug te dringen. In maart 2021 lanceerde de VN de Alliance for Sustainable Fashion, die pogingen om de kledingindustrie te verduurzamen zal coördineren en actieve samenwerking, synergie en kennisdeling wil bevorderen. In Nederland kennen we het al eerdergenoemde Kledingconvenant. Hier moet meer aandacht komen voor de impact op biodiversiteit. Daarnaast kent Nederland het [Dutch Circular Textile Valley](#) (DCTV), een samenwerkingsverband van zes partners die gezamenlijk onderzoeken hoe de kledingsector in Nederland circulair te krijgen is. Hierdoor moet de afvalberg gaan slinken en het gebruik van nieuwe grondstoffen afnemen. Het DCTV onderzoekt samenwerkingsverbanden in de keten en nieuwe circulaire businessmodellen die de impact op onder meer de biodiversiteit moeten doen afnemen. Vanaf de oprichting in mei 2019 is ABN AMRO een van de partners.

Verder zijn er al diverse kledingbedrijven die heel bewust hun businessmodel aan het verduurzamen zijn.

Patagonia wordt met zijn beroemde slogan *'Don't buy this jacket'* als internationaal voorbeeld gezien. Het bedrijf wil consumenten bewuster maken van hun consumptiegedrag en hen verbinden met de natuur. Minder consumeren is volgens Patagonia de beste oplossing voor biodiversiteitsbehoud. Maar ook in Nederland zijn veel bedrijven actief. Discounter **Zeeman** startte 1 juli jongstleden met een pilot om in zijn winkels tweedehands kleding in te zamelen voor kringlooporganisatie **Het Goed**. Via Het Goed koopt Zeeman ook tweedehands kleding in en verkoopt dit in de eigen winkels onder de naam Resale. Deze tweedehandscollectie wordt opgenomen in het assortiment van Zeeman en past goed bij haar imago 'zuinig': zuinig zijn op spullen, op mensen, op de natuur en de portemonnee. Hoe langer kleding wordt gedragen, hoe beter.

Het Nederlandse spijkerbroekmerk **MUD Jeans** probeert al jaren de vervuilende impact van de industrie aan te pakken door met zijn vaste ketenpartners in Spanje en Tunesië een broek te maken die uit 40 procent gerecyclede stof bestaat, aangevuld met bio katoen. Deze zogenoemde B-corp streeft ernaar om een 100 procent gerecyclede broek te produceren. De fabriek in Tunesië werkt niet met chemicaliën en het afvalwater wordt voor 99 procent hergebruikt waardoor de natuur niet belast wordt. De industriestandaard voor de productie van een spijkerbroek is 7.000 liter. Mud Jeans gebruikt er 581 liter en bespaart dus 6419 liter per broek. Daarnaast kost de productie van één MUD Jeans 7,14 kg CO₂. Daarmee bespaart het bedrijf 70 procent ten opzichte van de industriestandaard.



MUD Jeans wil op deze wijze de impact op het milieu en biodiversiteit tot een minimum beperken en doet daar continue onderzoek naar en maakt dit openbaar. Daarnaast kwam MUD Jeans als eerste met 'Lease a Jeans' om op deze wijze grip te houden op oude spijkerbroeken. Die kunnen als vintage een tweede leven krijgen en uiteindelijk dienen als denimgrondstof voor een nieuwe spijkerbroek. Dit bespaart veel water en bio katoen. MUD Jeans is dit jaar benoemd door B Corp tot Best for the World, mede doordat ze 51 procent lagere impact hebben op de biodiversiteit door natuurlijke hulpbronnen te minimaliseren. De impact op biodiversiteit wordt berekend door de impact op bodemschade, zeewaterschade en zoetwaterschade.

Schijvens Corporate Fashion, winnaar van de Circular Award 2020, zocht een oplossing voor de toenemende vraag naar textiel en katoen en het wegvloeien van verf en synthetische materialen bij productie in de bodem met impact op het milieu. Het bedrijf past een circulair model toe waarbij de keten gesloten wordt en kiest voor garen gemaakt van gerecycled textiel (30 procent post-consumer, 20 procent snijafval) en gerecycled plasticflessen (50 procent). Daarnaast werkt het bedrijf met stoffen gemaakt van koffiedrab met petfles-polyester. Door de bedrijfskleding te maken van gerecycled katoen en pet-polyester is de impact op klimaatverandering en energieverbruik 40 procent minder en de impact op water- en landgebruik nagenoeg nihil. Het bedrijf werkt continu aan verbeteringen door nauwe en jarenlange samenwerking met leveranciers.

Het Nederlandse **StarSocks** doet het op geheel eigen wijze. Het bedrijf werkt samen met lokale vissers en met Ghost Diving, een Europese club van vrijwillige duikers, die in de Middellandse zee plastic zwerfafval en spookvisnetten meenemen. Van de nylonnetten wordt 100 procent nieuw nylon gemaakt zonder dat daar nieuwe aardolie bij moet. Dit Econyl wordt gecombineerd met 100 procent biologisch GOTS-katoen om er 'Healthy Seas Socks' van te maken. Het overige afval uit zee wordt zo goed mogelijk verwerkt om de zee schoon te houden. De Healthy Sea-sokken zijn bij veel retailers en online te verkrijgen en hiermee steunt de consument de toestand van de zee en haar bewoners.

De scale-up **Iron Roots** had grote moeite met het gebruik van plastics in sportkleding dat bij veelvuldig wassen via microdeeltjes uiteindelijk in het milieu terecht komt. Daarom maakt het bedrijf plasticvrije sportkleding en gebruikt duurzame grondstoffen zoals hennep. Het is een veelzijdige plant met een positieve invloed op het milieu en comfortabel bij sporten. Iron Roots maakt daarbij gebruik van bio katoen om de stof zachter te maken. Daarnaast gebruikt Iron Roots FSC-gecertificeerde eucalyptus- en beukenbomen. Deze worden verwerkt tot natuurlijke alternatieven voor plastic, genaamd Tencel, Lyocell en modal. De bij het proces gebruikte chemicaliën zitten in een gesloten kringloop en worden voor 99,9 procent gerecycled waardoor er geen giftige stoffen in de natuur komen. Het kweken van de bomen verbruikt slecht 20 procent van het land en 10 procent van het water dan bij reguliere katoenteelt nodig is.

Het Nederlandse **Loop a Life** heeft de ambitie om de duurzaamste trui van de planeet te maken door te werken met gerecyclede materialen van afgedankt textiel uit de textielbakken. Hier wordt weer gerecycled wol of katoengaren van gemaakt. Dit gebeurt door mechanische recycling, dus zonder waterverspilling en gebruik van chemicaliën. Door middel van kleursortering hoeft er niet geverfd te worden. Het bedrijf produceert vanuit een gesloten keten. De modellen zijn tijdloos, van een goede kwaliteit, gaan derhalve lang mee en worden in kleine oplages gemaakt waardoor het risico op onverkochte voorraden geminimaliseerd wordt en er niets vernietigd hoeft te worden. Dezelfde aanpak heeft ook het Nederlandse **Unrobe** dat GOTS-gecertificeerd werkt. Door deze circulaire en duurzame werkwijze minimaliseren beide bedrijvende de voetafdruk van hun kleding.

Tenslotte nog aandacht voor **Tex Tracer**. Dit Nederlandse techbedrijf produceert niet, maar maakt het mogelijk om op basis van de Blockchain, realtime transparantie te bieden waar een kledingstuk stap voor stap vandaan komt op basis van data. Dit geeft inkopers en uiteindelijk consumenten inzicht waar en hoe het product gemaakt is. Circulair ondernemen met oog voor biodiversiteit wordt steeds belangrijker. Met blockchain-technieken kan in de toekomst ook de impact van een kledingstuk op de biodiversiteit worden gemeten.



Verder onderzoek naar andere methodieken en businessmodellen blijft noodzakelijk.

Zo kwam recent een onderzoek uit van de Wageningse University & Research in samenwerking met de [Laudes Foundation](#). Hierin werd onderzocht in hoeverre het hergebruiken van beschikbaar biomassa afval uit de landbouw in Azië zoals rijst, graan, mais, ananas en bananen, kan dienen als grondstof voor textiel (cellulose). Het biomassa-afval heeft veelal geen andere bestemming en wordt vaak verbrand op het land. Deze aanpak heeft potentie omdat Azië 40 procent van alle wereldwijde landbouwgronden heeft, het veel afval produceert, het niet concurreert met landbouwgronden en watergebruik, de cellulosefabrieken dicht bij de textiel fabrieken geplaatst kunnen worden en boeren hierdoor nog extra kunnen verdienen. De businesscase ziet er bemoedigend uit. Dergelijke nieuwe methodieken hebben een positieve invloed op de biodiversiteit omdat er minder katoengebieden nodig zijn met minder gebruik van water en chemicaliën. Deze katoengebieden kunnen dan gebruikt worden om voedsel te verbouwen of weer een natuurlijke bestemming krijgen.

Een ander recent onderzoek is van [de LUT University uit Finland](#). De universiteit deed onderzoek naar de impact van vijf verschillende scenario's bij het gebruik van een spijkerbroek op de klimaatverandering en daarmee ook op biodiversiteit. Hier kwam uit dat het 'reduceren' van aankopen en het verlengen van de gebruiksduur de meest positieve impact heeft. Het tweede beste scenario betreft 'resuse': hergebruik stimuleren door een andere gebruiker. Het derde 'recycle'-scenario leidde volgens dit onderzoek tot een relatief hoge emissie bij de productie van gerecycled denim. Hoger dan bij reguliere katoenproductie, maar hierbij wordt het gebruik van landbouwgronden, chemicaliën en pesticiden en het forse watergebruik die een negatieve impact op de biodiversiteit hebben, buiten beschouwing gelaten. Het scenario 'share' werd als slechtste scenario beschouwd en zelfs als minder duurzaam dan het vijfde scenario van traditioneel 'ownership' in combinatie met het kortstondig gebruik en het uiteindelijk weggooien van de kleding. Het delen van kleding zou tot veel extra mobiliteit leiden tussen magazijnen, winkels en de tijdelijke gebruikers en veel CO₂-uitstoot opleveren.

Veel hangt bij het 'share'-scenario af hoe duurzaam vervoer wordt ingezet. Met de voortschrijdende duurzame ontwikkelingen op het gebied van mobiliteit, biedt een deelmodel volgens ABN AMRO op termijn alsnog veel potentie. Deelmodellen voorkomen uiteindelijk massaproductie, overvolle kledingkasten en bergen textielafval.





5. Noodzakelijke stap voor biodiversiteit

Biodiversiteit wint aan aandacht bij de overheid en het bedrijfsleven, maar staat nog niet in verhouding met de urgentie die het behoud en herstel van biodiversiteit heeft. De teruggang is gigantisch en zal de wereld sociaalmaatschappelijk en economisch hard raken. Ook in Nederland. De VN-biodiversiteitstop in Kunming dit jaar moet in 2022 leiden tot doelen en beschermende randvoorwaarden ter bescherming en behoud van de biodiversiteit. Dit zal net als bij het Klimaat-akkoord vertaald worden naar wetgeving op het niveau van de EU en de afzonderlijke lidstaten en nieuwe transitie-trajecten op gang brengen. De EU met de Greendeal en individuele landen spelen met nieuwe wetgeving reeds in op dit probleem. Bedrijven en consumenten moeten erkennen dat ze onderdeel zijn van de ecosystemen, dat deze grenzen kennen en dat ze er afhankelijk van zijn. Dit geldt ook zeker voor bedrijven uit de fashion- en textielindustrie.

Er zijn al veel initiatieven in de fashion die biodiversiteitsverlies verminderen. Maar dit is nog lang niet genoeg en veel blijft nog hangen in het 'aanpassen' van oude lineaire modellen. Er kan slecht afscheid genomen worden van het oude model temeer omdat er nog geld mee verdiend wordt en omdat de angst bestaat dat te veel op te troepen vooruitlopen de concurrentie in de kaart speelt.

Wil er echt iets veranderen, dan is een systeemverandering nodig. De textiel- en kledingsector zal nieuwe businessmodellen moeten omarmen en nauwer samenwerken met ketenpartners. En daar is wetgeving voor nodig, want nog te weinig bedrijven van de gevestigde orde willen het anders doen om de biodiversiteit te redden. Vaak zijn korte termijn winstbelangen, aandeelhouderswaarde en concurrentiepositie belangrijker. Een moreel appèl werkt helaas niet voldoende. Met sturende wetgeving wordt de lat voor iedereen even hoog gelegd. Onrendabele duurzame activiteiten worden winstgevend als de vervuilers in de sector uiteindelijk mee moeten doen of moeten betalen. Dit stimuleert ook verder onderzoek op het gebied van gebruik van duurzame materialen, circulariteit en andere businessmodellen in samenwerking met onderwijs en research.

De eerste stap die directies van textiel- en kledingbedrijven zouden moeten zetten, is biodiversiteit op de agenda te zetten. Wat is de impact van ons businessmodel en onze keten hierop, hoe groot is onze afhankelijkheid en wat doen we er überhaupt aan? Stel daarna actiegerichte en wetenschappelijk onderbouwde doelen. Meten is daarbij weten en richt de bedrijfsorganisatie erop in en sluit samenwerkingsverbanden. De verwachting is dat nieuwe wetgeving en maatschappelijke druk hier meer sturend in zullen zijn. Biodiversiteit moet onderdeel van de bedrijfsstrategie zijn. Uiteindelijk kan de kledingsector de meeste impact op biodiversiteitsherstel maken door het promoten van 'buy less, buy better'. Dit vergt een grote transitie van het vervuilende 'fast fashion' naar 'slow fashion' met respect voor de mens en de natuur. De grootste toekomstige uitdaging voor de sector ligt op dit vlak, waarbij de sector zich moet ontwikkelen langs de as van 'do less harm' naar 'do no harm'.

"The question is: are we happy to suppose that our grandchildren may never see an elephant except in a picture book?" - David Attenborough

Colofon

Dit rapport is een uitgave van ABN AMRO.

Auteur:

Henk Hofstede, sectorbanker Retail

Met dank aan:

Leila Jaspers en Celine Pessers, ABN AMRO Sustainable Finance Desk
Myrthe Haase en Jasmijn Simons, ABN AMRO Credit Risk Management
Modint

Commercieel contact:

Henk Hofstede, Sectorbanker Retail
Email: henk.hofstede@nl.abnamro.com
+31 (0)6 53 25 83 24

Eindredactie:

Bendert Zevenbergen

Illustraties en opmaak:

Kollerie Reklame-advies & Promoties

Fotoverantwoording:

Shutterstock

Disclaimer

De in deze publicatie neergelegde opvattingen zijn gebaseerd op door ABN AMRO betrouwbaar geachte gegevens en informatie, die op zorgvuldige wijze in onze analyses en prognoses zijn verwerkt. Noch ABN AMRO, noch functionarissen van de bank kunnen aansprakelijk worden gesteld voor in deze publicatie eventueel aanwezige onjuistheden. De weergegeven opvattingen en prognoses houden niet meer in dan onze eigen visie en kunnen zonder nadere aankondiging worden gewijzigd.
©ABN AMRO, december 2021

Naast een copyright is er sprake van een right to copy. Alleen door van elkaar te leren versnellen we de duurzame economie – en behoudt de retail sector haar aantrekkelijke en onderscheidende karakter –. Het gebruik van tekstdelen en/of cijfers is toegestaan mits de bron duidelijk wordt vermeld. Teksten zijn afgesloten op 14 december 2021.

© ABN AMRO, december 2021



abnamro.nl

