

# In textiel is duurzaamheid geen optie, maar noodzaak!

Door: Theresia Grevinga en Anton Luiken

In de textielketen, zowel de mode- als interieurindustrie, wordt men zich steeds meer bewust van het feit dat duurzaamheid geen optie maar een noodzaak is. De impact op het milieu bij de teelt van bijvoorbeeld katoen, de productie van de textiele materialen en de erbarmelijke omstandigheden waarin kleding geproduceerd wordt in lagelonenlanden moet veranderen.

Tevens is er sprake van een overproductie in de kledingbranche, in de huidige fastfashionindustrie wordt een derde van alle geproduceerde kleding niet verkocht, deze onverkochte producten worden vervolgens tegen dumprijzen afgezet of verbrand. Innovatie in elk traject binnen de textielsector is daarom noodzakelijk. Nederlandse producenten en modelabels krijgen geen helder beeld van de productie

**Er wordt uitgegaan van de noodzaak tot het opzetten van een circulaire textielketen**

in de producerende landen, omdat transparantie op nagenoeg elk vlak ontbreekt en het vrijwel onmogelijk is om de dialoog aan te gaan. Vanuit de behoefte naar meer transparantie zijn duurzame ontwerpers en andere reeds gevestigde bedrijven op zoek naar duurzame alternatieve stoffen die na gebruik door de consument weer gerecycled kunnen worden.

## Verduurzaming van de textielketen

Het SIA-RAAK-project 'Going Eco, Going Dutch' levert een bijdrage aan de verduurzaming van de textielketen door regionale bedrijven te laten samenwerken met kennisinstellingen als Saxion, ArtEZ en Alcon Advies om zo lokaal geproduceerde vezels te verwerken tot garens, weefsels en breisels. Deze worden vervolgens ontwikkeld tot hoogwaardige producten voor de mode- en interieurbranche en leveren zo een bijdrage aan het opzetten van een circulaire textielketen. De deelnemende bedrijven binnen het project zijn het innovatiecentrum Texperium, textielproducent Stexfibers, De Reuver Breifabriek, Van den Acker Textielfabriek, producent I-did, de merkbedrijven Beddinghouse, Collectie MeH/ 't Nijboer, Maison the Faux, Moyzo, Tous les Chéris en de provincie Gelderland. Het project zal laten zien dat duurzame en lokale productieketens kunnen leiden tot aantrekkelijk, hoogwaardige, milieuvriendelijke en duurzame textiele producten. Hoogwaardig qua kwaliteit en uitstraling, milieuvriendelijk vanwege de lage milieubelasting van de materialen en productieprocessen en duurzaam vanwege de goede arbeidsomstandigheden (ook 'social return' door de inzet van mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt) en de toegevoegde waarde van de producten.

## Upcycling van gerecycled textiel

Binnen 'Going Eco, Going Dutch' wordt er gericht op het upcycling van gerecycled textiel in combinatie met alternatieve vezels zoals hennep, vlas en wol. Lokaleiteit speelt hierbij een belangrijke rol. In tegenstelling tot downcycling, waarbij afgedankte materialen en producten worden omgezet in materialen van een mindere kwaliteit, gaat het bij upcycling om het verkrijgen van een meerwaarde van de nieuw te ontwikkelen producten. Er wordt uitgegaan van de noodzaak tot het opzetten van een circulaire textielketen. Tevens wordt er gekeken om meer inzicht te krijgen in de rol van elke stakeholder in de textiel-kledingketen, het opzetten van een lokale textielproductie



is essentieel in deze. Kunnen deze lokale alternatieve vezels ook concurreren met de meer bekende en gebruikte vezels? Er zal materiaal geproduceerd worden waarmee studenten van de kennisinstellingen in samenwerking met de deelnemende bedrijven, zoals de modelabels en textielproducenten, nieuwe modeproducten ontwikkelen. Belangrijk is om de rol van de ontwerpers in de keten te noemen, welke relatie hebben zij tot de markt en kunnen zij vanuit deze rol onderzoeken hoe de geproduceerde producten het best in de markt gezet kunnen worden? De markt vraagt dus goed in kaart gebracht te worden. Welke behoefte is er vanuit de consument op dit moment aan duurzaamheid? Wil de consument op de hoogte zijn van het feit dat hij/zij een product koopt dat duurzaam werd geproduceerd? Hoe verkrijgen we een betaalbaar duurzaam product met een goede kwaliteit en hoe kan dit het beste gecommuniceerd worden in een merk? Uit

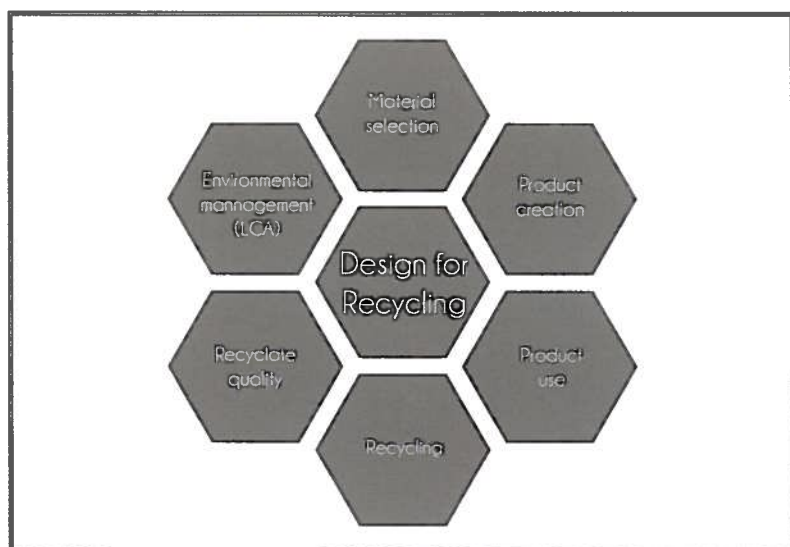
ervaring weten we dat het nog maar een kleine groep consumenten is die bereid is om meer te betalen voor een product dat duurzaam geproduceerd werd. Hoe moeten we de consument benaderen voor meer bewustwording, welke marketing-tools hebben we hiervoor nodig? Hoe kunnen de transparantie en milieufactoren van het product het beste vermarkt worden?

## Design4Recycle

Om zo optimaal mogelijk te verduurzamen staat niet alleen duurzaam telen en het verwerken van de vezels, maar ook duurzaam ontwerpen centraal. Om het proces geheel duurzaam en transparant te maken, wordt er gekeken naar de



principes van Design4Recycle en Recycling in Design. Design4Recycling kijkt naar de gedachte om te ontwerpen zodat de producten na gebruik opnieuw in de keten kunnen worden gebracht en Recycling in Design maakt zoveel mogelijk gebruik van gerecyclede materialen, waarbij de beperkingen in het materiaal als designkenmerk worden gebruikt. De prototypes en concrete resultaten van het project 'Going Eco, Going Dutch' zullen zoveel mogelijk zichtbaar gemaakt worden in de mode- en interieurwereld. Dit zal onder andere getoond worden op een modeshow tijdens het Arnhem Fashion Festival, de Amsterdam Fashion Week en/of de mode-week in Berlijn, deze laatste richt zich met name op duurzaamheid. Daarnaast zal de opgedane kennis internationaal gepresenteerd worden op congressen en symposia, publicaties in vaktijdschriften en modebladen. Ook zullen de resultaten toegepast worden in de onderwijsprogramma's van de deelnemende kennisinstellingen. ■



Auteurs Theresia Grevinga en Anton Luiken zijn onderzoekers en Ger Brinks is lector bij het lectoraat Smart Functional Materials aan Saxion Hogeschool Enschede. Zij houden zich onder andere bezig met onderzoek naar textiel- en kledingproductie die een duidelijke link heeft met duurzaamheid in samenwerking met de industrie.