



Generatie kledinghoop

Hoe consumeert Gen Z?

→ p. 12, 32

Ontdek Gent

Alle faire adresjes in kaart

→ p. 16

**Made in Bangladesh
en duurzaam?**

'De jobs zijn hoognodig'

→ p. 8, 38

Slow Fashion Forward

Duurzaam Modemagazine

Modeshow op het
Fair Fashion Fest
2022 door
Soner Cetin &
De Centrale.

Sinds de vorige
editie vindt het
festival tegelijk
plaats in het
Industriemuseum
en De Centrale.



Hafsa draagt...

... kledij waarvan ze weet dat die onder de juiste arbeidsomstandigheden gemaakt is. Lijkt vanzelfsprekend, toch?

Helaas. Oneerlijke arbeidsomstandigheden die hier ook lang de norm waren in de Gentse textielgeschiedenis, hebben zich nu gevestigd op andere plekken in de wereld. Als dochter van een gastarbeider die in de jaren 60 in Vlaanderen kwam werken, liggen arbeidsrechten me heel nauw aan het hart.

De kledingindustrie is een van de meest vervuilende ter wereld. Daarom ben ik als mens bezorgd over de evolutie naar wegwerpkledij die de grenzen van onze planeet en van mensen overschrijden. Miljarden onverkochte kledingstukken worden verbrand omdat dat goedkoper is dan ze te hergebruiken en opnieuw te laten bewerken door de vaak onderbetaalde werknemers.

Het bewustzijn hierover groeit en dat stemt me hoopvol. Initiatieven als het Fair Fashion Fest en de vele acties vanuit het mondiaal middenveld helpen mensen inzicht te krijgen in wat nu echt eerlijk is, en wat niet. Kledingmerken proberen soms weg te komen met greenwashing en draaien consumenten een rad voor de ogen.

Vanuit het beleid hebben we hier een grote verantwoordelijkheid om vastgeroeste verdienmodellen in beweging te krijgen. Een systeem dat voorzien is op kwantiteit in plaats van kwaliteit. Ik blijf strijdvaardig als ik zie dat de community van duurzame burgers én ondernemers toeneemt, terwijl we toch blijven botsen op de vele drempels om beleidsmakers in beweging te krijgen.

Zolang het nodig is zal ik mijn stem gebruiken als vrouw, consument, en schepen, om te herhalen: **#whomademyclothes**.



Hafsa El-Bazioui

Schepen voor Internationale Solidariteit

Inhoud

 <p>IN HET KORT → P.6</p>	 <p>BEHIND THE LABEL → P.8 & 30</p>	 <p>INTERVIEW: WOKE- WASHING → P.10</p>	 <p>FACTCHECK: GEN Z → P.12</p>	 <p>GENTSE FAIR FASHION HOTSPOTS → P.16</p>	 <p>'K VRAAG HET AAN → P.15, 25 & 29</p>	 <p>STOF TOT NADENKEN: WOL → P. 20</p>	 <p>EEN DAG IN HET LEVEN: FABRIC → P.26</p>	 <p>COMMUNITY: JONGEREN AAN HET WOORD → P.32</p>	 <p>VRIJ- WILLIGERS → P.37</p>	 <p>DE WERELD ROND: BANGLADESH → P.38</p>	 <p>SHARING IS CARING → P.42</p>
---	---	---	---	--	--	--	---	--	--	---	--

Alvast drie tips!

1 VERTRAAG JE KEUZES

'Heb ik een kledingstuk echt nodig? Of koop ik vooral uit frustratie, of als troost? De basis voor mij is altijd: denk twee keer na over elke aankoop. Dat klinkt pejoratief, maar eigenlijk roep ik daarmee op om je keuzes te vertragen, er meer tijd voor te nemen. Soms laten we ons iets aanpraten doordat een ander het als "keimooi" bestempelt. Veel belangrijker dan of iets echt mooi is, is hoe we ons in zo'n stuk voelen en hoe we ermee staan.'

2 EXPERIMENTEER EN LEER

'Experimenteren helpt om erachter te komen welke kleding je aangaat en welke niet. Dat klinkt niet zo duurzaam, maar je kan miskopen altijd een andere bestemming geven, zoals doorgeven of doorverkopen. Maak je een fout, analyseer die dan, zodat je ze niet opnieuw maakt. Streef niet meteen naar de perfecte aankoop. Dan hongert je jezelf uit terwijl er een hele taart op tafel staat, en ga je dat op den duur toch willen compenseren. Dat gebeurt niet enkel met kleren, maar met alle soorten spullen: je gaat één keer wild op een online shop en je kast ligt vol ongebruikte stukken. Wees liever mild voor jezelf.'

3 COMBINEER MET WAT JE AL HEBT

'Eigenlijk is duurzaamheid niet zo moeilijk. Stel jezelf de juiste vragen voor je tot een aankoop overgaat. Ga je een stuk veel aandoen of niet? Kan je dat stuk blijven gebruiken? Heb je al iets soortgelijks in je kast hangen en kan je het combineren? Onlangs las ik over de regel van vijf: je moet een stuk minstens vijf keer kunnen combineren met iets anders uit je kast, anders is het een miskoop. Dat visualiseren helpt om de juiste keuzes te maken.'

Met haar podcast *Sustainababbels* verzamelt Gents journalist **Britt Buseyne** sinds jaar en dag duurzame ondernemersverhalen. Welke tips stak zij daar zelf van op?

CONCEPT & REDACTIE
Sarah Vandoorne

MEDEWERKING
Kathlyn Brans, Dastan Sullivan en Katherine Liloia

COÖRDINATIE
Jonathan Janssens

ART DIRECTION & VORMGEVING
Zwerm Studio

FOTOGRAFIE
cover: Victor Pattyn | Binnenwerk: Sarah Van Looy, Boven De Brug, Kathlyn Brans, Janne Kegels, Lieve Blanquaert, WSM en Zoé Komkommer

EDITIE
April 2024

SLOW FASHION FORWARD
IS EEN UITGAVE VAN
Gent Fair Trade
(Stad Gent & Oxfam Wereldwinkels)

V.U.
Mieke Hullebroeck — Algemeen Directeur,
Stadhuis, Botermarkt 1, 9000 Gent.

© 2024
Gedrukt op fsc-gecertificeerd papier

In het kort.

Gent Fair Trade → Meet the team

Gent Fair Trade is een samenwerking tussen de stad Gent en Oxfam Wereldwinkels, met steun van een arsenaal aan ethische partners. Onze missie is de stad Gent nog duurzamer te maken. Daarom promoten we eerlijke handel, duurzame producten en lokale ondernemingen. Daarbinnen focussen we op fair trade food, fair fashion en fair electronics.

Door gratis evenementen, zoals Fair Fashion Fest, willen we dat iedereen makkelijk hun weg naar een ecologisch leven vindt.

Ons team is klein maar niet te onderschatten. Samengesteld uit medewerkers, stagiairs en internationale vrijwilligers hebben we ieder onze unieke drijfveer voor eerlijke handel. Samen willen we bewijzen dat lekker en mooi ook duurzaam kan zijn.



Fair Trade Feestplein

Snakkend naar eerlijke en duurzame producten op jouw event? Word een Fair Trade Feestplein!

Met de ondersteuning van het Gent Fair Trade-team is dat een eitje. We bekijken samen met jou hoe je dat kan aanpakken en helpen je bij het vinden van leveranciers. Bovendien zorgen we voor aantrekkelijk promotiemateriaal om jouw engagement in de kijker te zetten. Samen laten we Gentenaars ervaren hoe lekker eerlijk smaakt.

Word jij een Fair Trade Feestplein, net als Zomerliefkermis, Kapel Petit en het PSsHT-festival? Vind alle info op gentfairtrade.be/fairtrade feestplein.

Gent opent de deuren voor internationale rechtvaardigheid

Vanaf het najaar van 2024 opent de stad Gent een nieuwe plek waar internationale rechtvaardigheid centraal staat. DHet team Mondiale Solidariteit stelt de Spaanse Gouverneurswoning in de Machariuswijk gratis ter beschikking aan verenigingen die zich inzetten voor een meer rechtvaardige wereld.

In de nieuwe jongerenhub krijgt ook de Gentse jeugd (letterlijk!) meer rechtvaardige speelruimte. Dat gebeurt onder begeleiding van Oxfam. Onder de naam Act Fair zetten de jongeren acties en workshops op rond thema's die hen nauw aan het hart liggen zoals fair fashion, dekolonisatie, gendergelijkheid, eerlijke handel en mensenrechten. Het doel is deze thema's op een veilige en serene manier te kunnen bespreken en ermee aan de slag te gaan.

Interesse? Check stad.gent/mondiaal & [@actfairOxfam](https://twitter.com/actfairOxfam).

- 2005** Gent wordt uitgeroepen tot eerste Faire Gemeente van België.
- 2007** Fair Trade in huis! Oxfam-producten zijn te koop in supermarkten.
- 2013** Publicatie Ecoplan van Gent. Zowat alle Gentenaars en Gentse studenten krijgen een overzichtsmat van meer dan 200 duurzame Gentse initiatieven, van bio-tatoeërders tot veggie-frituren.
- 2015** Oxfam en de Stad Gent richten het partnerschap Gent Fair Trade op, dat meteen het eerste Belgische Fair Fashion Fest organiseert. Die eerste editie lokte zo'n 2800 deelnemers. Datzelfde jaar wint de Universiteit Gent de allereerste Fairtrade@campus Award in België.
- 2016** Gent Fair Trade ontvangt People Tree-oprichter Safia Minney in Gent tijdens Fair Fashion Talk in VIERNULVIER.
- 2017** Lancering Fair Trade Walks, wandelroutes die je langs de gezelligste ethische plekjes in Gent leiden.
- 2018** Stad Gent koopt ethische werkkledij aan voor personeel en wordt verkozen tot eerste Europese Hoofdstad van Eerlijke en Ethische Handel.
- 2019** Fair-o-meter bewijst: Gent verkozen tot 'Eerlijkste gemeente van Vlaanderen' en de stad wint Procura+ award voor aankoop duurzaam en sociaal verantwoord textiel.
- 2020** Slow Fashion Forward verschijnt voor het eerst in magazinevorm.
- 2021** Slow Fashion Modeshow lokt meer dan 8000 kijkers, en de eerste 25 Gentenaars met vlucht- of migratieverleden krijgen een opleiding tot Komaf Koffie-barista. Gent wint Fair ICT Award voor inspanningen rond Fair ICT, en de 100ste Gentse ondernemer krijgt de titel Fair Trade Hotspot in Gent.
- 2022** Fair Fashion Fest wordt een driedaagse festival, dat doorgaat op twee locaties.
- 2023** Lancering Fair Trade Feestplein. Ook de eetstanden op de Gentse Feesten krijgen korting als ze eerlijke producten gebruiken.

20 jaar Gent als Faire Gemeente

In 2005 werd Gent de eerste Faire Gemeente — toen heette dat nog Fair Trade Gemeente — van België. Sindsdien hebben we niet stilgezeten en vullen de straten zich met duurzame ondernemingen, ofwel Fair Trade Hotspots. Trots gaan we dan ook ons twintigste jaar in. Ben jij benieuwd naar de plannen van dat jubileumjaar? Houd dan zeker de website in de gaten. Maar laten we eerst even samen reizen langs enkele belangrijke momenten door de jaren heen.



De herstellere op de kaart

Ben je het beu om je favoriete kledingstukken weg te gooien omdat er een scheur in zit of een naad losraakt? Geen zorgen meer! Repair&Share heeft de oplossing voor jou.

Waarom moeite doen om iets nieuws te kopen als je het oude nieuw leven kunt inblazen? Aan de hand van een overzichtelijke digitale kaart kun je gemakkelijk een Repair Café, professionele hersteller of een *makerspace* in jouw buurt vinden. Laat die oude kleding niet langer stof verzamelen in je kast: haal ze tevoorschijn en geef ze een tweede kans met de hulp van fantastische kledingherstellers!

Herstellers op de kaart verzamelt trouwens niet enkel kledingherstellers. Ontdek het allemaal op repairshare.be/kaart.



Gecertificeerd chauvenisme

Een verjaardag waar Gentenaars spontaan chauvenistisch van worden: de T-shirts en truien van **Negenduust** bestaan tien jaar. Tijd om oprichter Thomas Beyls het hemd van het lijf te vragen over wat er juist in zijn etiket staat.



MADE IN **BANGLADESH**

'Huh? Made in Bangladesh? Is dat dan wel eerlijke kledij?' Hoe vaak Thomas die opmerking al gekregen heeft van klanten, hij kan het niet meer bijhouden. Nochtans was zijn filosofie van in het prille begin om duurzaam te produceren. 'Ik heb niet veel zin om mijn handen vuil te maken aan kinderarbeid, zo ben ik niet', zei hij in zijn allereerste interview met Gent Fair Trade. 'Ik kan de T-shirts op een eerlijke manier maken, dus waarom niet? Liever zo, dan hoef ik mij nergens schuldig om te voelen. Iedereen is content en het is nog kwalitatief ook.'

'Ja, made in Bangladesh kan duurzaam zijn.' Daar verzekert Thomas zichzelf van door in zee te gaan met gecertificeerde partners. In het verleden nam hij T-shirts en truien af bij Stanley/Stella, een Belgisch merk dat voornamelijk in biokatoen laat produceren. Sinds een aantal jaar stapte hij over op het Britse merk Continental, een keuze die - eerlijk is eerlijk - 'de collectie betaalbaarder hield, en dat voor dezelfde kwaliteit'.

Continental is net als Stanley/Stella lid van Fair Wear, een internationale stichting met hoofdzetel in Nederland die toekijkt op de sociale omstandigheden in fabrieken. Jaarlijks evalueert Fair Wear of de merken nog wel aan hun standaarden voldoen, en of ze voldoende vooruitgang boeken. Continental is lid sinds 2006 en behaalde bij de evaluatie van 2023 een score van 70 procent. Dat plaatst het merk in de categorie 'leider', wat zoveel wil zeggen dat het merk een voorbeeld is voor andere leden van de stichting.

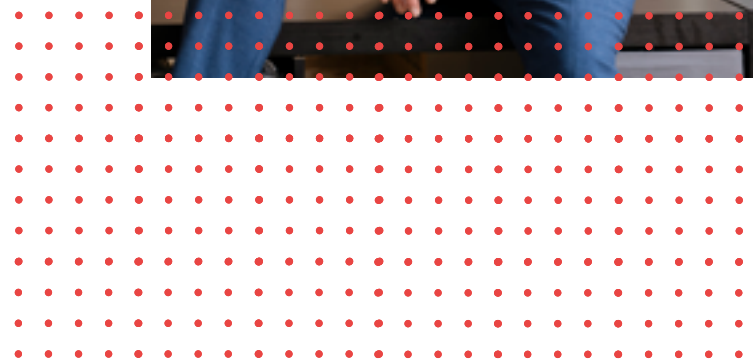


STOF **VOORGEKAMDE KATOEN**

Tegenwoordig zijn ruim zes op de tien kledingstukken gemaakt van materialen op basis van fossiele brandstoffen, zoals polyester en acryl. Ook in de truien van Negenduust zitten synthetische grondstoffen: ze bestaan voor 80 procent uit polyester en 20 procent uit katoen. Niet zo in de T-shirts: die bestaan voor 100 procent uit katoen.

Uit de analyse *Eerlijk Textiel Onder De Loep* van onderzoekster Evelien Bossuyt voor Gent Fair Trade blijkt dat katoen zijn eigen minpunten heeft. Om katoen te telen heb je veel water nodig. In droge regio's kan dat leiden tot waterschaarste. Katoenboeren gebruiken bovendien grote hoeveelheden pesticiden, waardoor ze het slachtoffer kunnen worden van pesticidevergiftiging. Tien procent van alle verbruikte pesticiden ter wereld wordt gebruikt op katoenplantages, terwijl de plant slechts 2,5 procent van het mondiale landbouwgebied uitmaakt. Tot slot veroorzaken de ongelijke machtsverhoudingen en prijzen op de katoenmarkt dat kleine katoenboeren meestal te weinig verdienen voor hun basisvoorzieningen.

Op het etiket van Negenduust staat ook dat het katoen voorgekamd is. 'Dat is een behandeling die er onder meer voor zorgt dat de stof zacht blijft', legt Thomas uit. Dat bevestigt materiaalkundige Sander De Vrieze van het onderzoeksinstituut voor de Belgische textielnijverheid Centexbel in Zwijnaarde. Voorkammen is een mechanische handeling die oneffenheden uit de vezel haalt, wat de kwaliteit ten goede komt maar duurder is dan conventioneel katoen.



PRINT **FLEXFOLIE**

Leerkracht zedenleer *by day*, muzikant en ondernemer *by night*: Thomas is van vele markten thuis. Na tien jaar Negenduust heeft het merk een trouwe schare fans. Toch is het Thomas zelf die de prints op elk kledingstuk aanbrengt. 'Vroeger liet ik mijn T-shirts bedrukken bij een drukkerij. Aangezien ik nu meer ontwerpen heb, is het niet meer haalbaar om zoveel stock te moeten inslaan. Daarom kies ik er nu bewust voor om alles per stuk te maken. In mijn atelier heb ik een eigen snijplotter en hittepers.'

Anders dan bij de drukker werkt Thomas echter niet met ecologische, watergedragen inkt. In de plaats daarvan gebruikt hij een "flex", een soort plastic folie die hij zelf kan uitsnijden. 'Ik geef toe dat dat niet het meest ecologische is, maar je moet keuzes maken. Soms gaat inkt af in de was, deze folie heeft dat probleem niet. En vooral het feit dat ik werk per stuk en dat er dus geen overschotten zijn, maakt het nog steeds duurzaam op milieuvlak.'



LABEL **OEKO-TEX STANDAARD 100**

In het etiket van Negenduust staat het logo van Fair Wear, maar die stichting is technisch gezien geen label. Naast het logo van leverancier Continental vinden we nog een ander embleem: dat van de Duitse organisatie Oeko-Tex. Het label van hun Standaard 100 garandeert dat het eindproduct geen schadelijke stoffen meer bevat. Concreet wil dat zeggen dat er geen restanten van pesticiden of andere chemicaliën meer op de stof aanwezig mogen zijn.

Niet elk kledingstuk dat het label draagt, ondergaat een grondige controle: het Duitse instituut Hohenstein doet aan staalnames. Hoe betrouwbaar die zijn, blijkt onder meer uit de grootschalige Europese studie naar schadelijke stoffen in kledij uit 2023. Het onderzoek werd bevolen door de Europese Commissie en kwam tot stand onder leiding van textielconsultant Stijn Steuperaert van Centexbel. In de eerste fase van het onderzoek heeft zijn labo onder meer kleren met een Oeko-Tex-label getest. Geen enkel van deze kleren bleek schadelijke stoffen te bevatten. Bij een op de zes kleren zonder certificaat was dat wel het geval.



Opgelet voor wokewashing!

Na greenwashing bestaat nu ook wokewashing. Merken mogen dan communiceren over sociale gelijkheid, daarmee maken ze nog geen eerlijke kledij. Historica **Audrey Millet** legt uit waarom we ons sinds jaar en dag laten bedotten door bijdetijdse marketingslogans.



Toen de Black Lives Matter-beweging wereldwijd navolging kreeg na de moord op George Floyd, stootten de zwarte vierkanten die bedrijven op sociale media deelden tegen de borst. Als merken feministische slogans delen maar verder geen aandacht schenken aan diversiteit, worden ze daarvoor uitgeroepen. Toch slagen multinationals erin om te kapitaliseren op de huidige tijdgeest, stelt de Franse historica Audrey Millet in haar boek *Woke Washing. Capitalisme, consumérisme, opportunisme*.

Wokewashing betekent zoveel als merken die onoprecht communiceren over sociopolitieke zaken en daar (vaak) mee weggelopen. 'Het luxelabel Dior heeft ooit T-shirts laten produceren met daarop "We Should All Be Feminists", gemaakt door vrouwen zonder verblijfsvergunning of leefbaar loon', geeft Millet een voorbeeld. 'Ook in het Verenigd Koninkrijk wordt textielarbeid vaak zeer slecht vergoed, weten we door het Britse merk Boohoo. Maar als Kourtney Kardashian de "duurzame lijn" van dat merk promoot voor haar 200 miljoen volgers, zien we dat door de vingers. En de samenwerking tussen Nike en basketbalster Michael Jordan? Blackwashing noem ik dat.'

De traditionele economische logica moedigt bedrijven aan om steeds op zoek te gaan naar nieuwe afzetmarkten voor hun producten. 'Enkel produceren voor vrouwen of mannen is niet meer genoeg. Merken als H&M en Primark richten zich op lgbtqi+, maar laten regenboogkleuren produceren in landen waar een dictatuur heerst zoals Myanmar: je reinste pinkwashing. Zelfs greenwashing kan je zien als een opportuniteit om nieuwe klanten te verleiden die bezorgd zijn om het milieu. Wat bovendien opvalt: tien jaar na de instorting van de Rana Plaza-fabriek in Bangladesh wordt met geen woord meer gerept over mensenrechten. Als het over duurzaamheid gaat, communiceren merken nu vooral over het milieu.'

GFT · Je boek gaat veel verder dan Rana Plaza: het leest als een geschiedenis van het consumentisme.

AUDREY MILLET · 'De eerste wokistes leefden in de 19e eeuw. Ook zij hebben zich in de luren laten leggen door marketeers.'

Je beschrijft het als een paradox: in de Romantiek raakten mensen steeds bewuster van sociale kwesties, en toch is dat net het moment waarop wokewashing volgens jou ontstaan is.

MILLET · 'Net als nu wilden mensen in de 19e eeuw meer diversiteit. Ze wilden er niet hetzelfde uitzien als hun ouders, ze zetten zich af tegen die *petits bourgeois*. Tegelijk valt de Romantiek samen met de Industriële Revolutie en de opkomst van massaproductie. Bedrijven hadden toen al door dat ze klanten voor zich konden winnen door diversere producten aan te bieden. Dat die geproduceerd werden in omstandigheden die haaks stonden op de idealen van de tijd, deed er niet toe.'

In je boek ben je erg streng voor consumenten die daaraan toegeven, zowel toen als nu.

MILLET · 'Wij zijn diegenen die bestaansrecht geven aan die massaproductie. Als we morgen nee zeggen, dan is het gedaan. Dat vertelde een textielverffabrikant me eens: als wij zeggen dat we geen chemische merde meer op onze huid willen, dan zullen merken luisteren. In plaats daarvan kopen we collectief miljarden kleren zonder ons af te vragen waar ze vandaan komen. Ik vergelijk shoppen vaak



met eten. Overeten is niet gezond, te veel kleren inslaan evenmin. Maar eten moeten we wel, kleren hebben we al voldoende in onze kast.'

Waarom blijven we shoppen?

MILLET · 'Het kortstondige geluk dat nieuwe kleren ons brengen. Zeker in tijden zoals nu, waar de huur torenhoog is, we ons blauw betalen aan elektriciteit en uit eten gaan voor sommigen onbetaalbaar wordt. Dan voelt een nieuw kledingstuk als een verzetje. Het is een manier om ons goed te voelen die perfect binnen de tijdgeest past. Neem nu body positivity: we zijn als het ware verplicht om onszelf mooi te vinden. Als we dan eens een mindere dag hebben, kunnen we dat oplossen door nog meer te consumeren. Zeker adolescenten zijn als een vogel voor de kat. Zij zijn nog op zoek naar zichzelf. Merken maken daar misbruik van. Als je niet de laatste mode draagt, hoor je er niet bij. Op Instagram zie je geen armoede, enkel schoonheid en succes. Veel mensen bekijken niet eens het etiket voor ze een kledingstuk aanschaffen. Het is

onze eigen verantwoordelijkheid om te verifiëren wat we kopen en waar het gemaakt is. Al zouden overheden dat makkelijker kunnen maken, bijvoorbeeld door schadelijke producten te verbieden. Onze regeringsleiders aanvaarden dat al die kledij van de andere kant van de wereld verscheept wordt, gewoon om de consument tevreden te stellen.'

Je boek wil ons wakker schudden en de intro begint zelfs met het woord 'woke'. Is die term ook in Frankrijk zo polariserend?

MILLET · 'Het heeft een bijzonder slechte bijklank, "woke" is bijna een gevaarlijk woord geworden. Ofwel ben je voor, ofwel ben je tegen. In mijn boek probeer ik vooral de nuance op te zoeken. Met cancelculture kan ik niet leven, dat is censuur in mijn ogen. Maar op zich is woke een immens positieve beweging: we zijn ons bewust van ongelijkheden, en willen er wat aan doen. Niet elk merk slaagt erin om daarop in te spelen. Om een voorbeeld te geven uit een andere sector dan de kledingindustrie: in de Verenigde Staten maakte het biermerk Bud, bij ons bekend uit de animatieserie The Simpsons, reclame met een trans persoon. Alleen herkende de typische klant van dat biermerk zich daar helemaal niet in. Beeld je bij die klant gerust Homer Simpson zelf in: een conservatieve witte man die niet al te veel nadenkt. De reclamespot veroorzaakte een heus schandaal en het merk verloor krediet op de beurs. Zo zie je maar hoe belangrijk authentiek communiceren is voor bedrijven en dat wokewashing ook voor merken zelf negatief kan uitdraaien.'

Hoe ethisch consumeert Gen Z?



Een voorliefde voor tweedehands. Een hart voor de planeet.
Kopen jongeren bewuster dan ooit?

'Gen Z is een strijdbare generatie. Jongeren willen graag weten wat ze kopen, zolang de informatie eerlijk en geloofwaardig is. Ze nemen niet zomaar elke claim die merken maken voor waar aan.'

Aan het woord is Veerle Spaepen, onderzoeker aan de Thomas More Hogeschool in Mechelen, net na het verschijnen van de resultaten van de Modemonitor. In die enquête peilde ze naar het koopgedrag van 1740 respondenten over de verschillende generaties heen. Het gaat om de eerste survey in Vlaanderen die onze kennis van en attitude ten opzichte van duurzaamheid nagaat.

'De bedoeling van de bevraging is om niet enkel te inspireren, maar met de resultaten bedrijven te helpen een duurzame omslag te maken', zegt Spaepen daarover. De enquête leverde meer op dan bedrijfsinzichten alleen: Spaepens onderzoek leert ons hoe de jongste generatie naar duurzame mode kijkt, en hoezeer dat verschilt van oudere generaties zoals millennials en babyboomers.

TWEEDEHANDS

Het onderzoek wijst onder ander uit dat jongeren een bovengemiddelde interesse hebben voor preloved outfits. De rijen aan tweedehandswinkels zoals Think Twice in Gent liegen er dus niet om. Een eigen informele bevraging van Gent Fair Trade, afgenomen tijdens de Week van de Fair Trade in oktober 2023, bevestigt de tendens. 'Boomers trekken daarentegen vaker hun neus op voor tweedehands', besluit Spaepen.

De vraag blijft evenwel waarom jongeren zo happig zijn op tweedehands. Hiernaar doet Gents modesocioloog Aurélie Van de Peer

onderzoek aan de KU Leuven. 'Er is een groep consumenten die tweedehands shopt om uniek te zijn', zegt ze in *Het Nieuwsblad*. 'Het zijn jongeren die zich met unieke stukken willen differentiëren van anderen. Bij hen is trendgevoeligheid zeker belangrijk, al zien we ook dat tweedehands op zich een esthetiek is geworden. Een look die duidelijk "niet nieuw" is, is vandaag heel in.'

'Daarnaast heb je de ecologisch-ethische consumenten, die vooral kopen omdat ze tweedehandskleding duurzaam vinden', gaat Van de Peer verder. 'Maar aan de andere kant heb je ook koopjesjagers, die vooral budgettair gemotiveerd zijn.' Hoe jonger, hoe meer de prijs primeert: dat blijkt ook uit de Modemonitor van Spaepen.

"Hoe ouder we worden, hoe meer we enkel kopen wat we nodig hebben"

— ONDERZOEKER VEERLE SPAEPEN

'Voor jongeren is tweedehands shoppen een interessante manier om toch een uniek en betaalbaar stuk te vinden', zegt zij. Niet zozeer de duurzaamheid maar wel het prijskaartje is daarmee een grote drijfveer van jonge shoppers om tweedehands te verkiezen. De bevraging van Gent Fair Trade bevestigt dit tot op zekere hoogte. 'Wat mij bijgebleven is, is dat jongeren wel interesse hadden in het milieu maar verder weinig stilstaan bij de sociale omstandigheden in de kledingsector', vertelt coördinator Jonathan Janssens na afloop van de actie, waarbij achthonderd mensen (niet enkel studenten) in de buurt van campussen en aan het Sint-Pietersstation aangesproken werden.

Meer sensibilisering omtrent de arbeidsomstandigheden blijft dus nodig, ook al vermeldt stagiair Dastan Sultanov in zijn verslag na de actie dat 'jongeren op een manier zich toch bewust zijn van de actuele problemen, zoals overconsumptie door fastfashionketens'.

FAST FASHION

Hun voorliefde voor tweedehands ten spijt: voor fast fashion zijn jongeren allesbehalve immuun. Vooral jongeren geboren tussen 1996 en 2010 blijken vatbaar voor impulsaankopen, blijkt uit het onderzoek van Thomas More. Gen Z koopt vaker online en is trendgevoeliger: vier op de tien Gen Z'ers vermijden kleding uit vorige seizoenen. 'Het idee om enkel te kopen wat nodig is, neemt toe naarmate de leeftijd vordert', leert Spaepen ons.

Etiketten in onze kledij lezen we nauwelijks, vertelde historica Audrey Millet in het voorgaande artikel over wokewashing. Toch leert een blik op die etiketten ons veel over de voorkeuren van deze verschillende generaties. In tegenstelling tot babyboomers, die liever natuurlijke en dierlijke materialen zoals katoen en wol kopen (en vaker etiketten gadeslaan om dat te verifiëren), heeft Gen Z veel polyester en nylon in de klerkast.

Net dat soort synthetische stoffen zijn zo eigen aan de fastfashionindustrie, waarbij merken op zeer korte tijd nieuwe collecties laten maken en elke week wel iets nieuws in de (online of offline) rekken hebben hangen.

Gemiddeld duurt het zes weken om een fastfashioncollectie te maken. Nu de zogenaamde ultrafastfashion steeds populairder wordt, versnelt het tempo nog →



© Victor Pattyn

meer: sommige kledingmerken, de Chinese app Shein op kop, droppen dagelijks nieuwe stukken.

Ondanks die snelheid is de kledij spotgoedkoop. Dat heeft te maken met verschillende factoren, waaronder de lage vergoedingen voor de arbeiders die de kleren maken. Een andere belangrijke reden is het volume: grote merken bestellen kleren in immens grote oplages, waardoor ze de prijs kunnen drukken (maar vaak veel meer inslaan dan verkocht kan worden, met alle milieugevolgen van dien). Een laatste prominente oorzaak is de grondstoffen waarvan kleding gemaakt worden: hoewel het allesbehalve milieuvriendelijk is, blijft materiaal op basis van fossiele brandstoffen stukken goedkoper om te produceren dan stoffen van natuurlijke en dierlijke oorsprong. Dat is een van de redenen waarom we vaak geen 100 procent katoen of wol meer zien, maar vaak een mix met polyester of acryl.

OPTIMISME

Of het nu om fast fashion of om tweedehandskledij gaat: mode-socioloog Van de Peer benadrukt dat jongeren snel verleid kunnen worden om veel te kopen als

ze lage prijzen zien. 'Ook in tweedehandszaken shoppen mensen met de ogen waarmee ze bij Zara of H&M kopen', aldus Van de Peer in Het Nieuwsblad. 'Dan gaat het duurzame aspect misschien net wat verloren.'

“We geven onszelf slechts 5,8 op 10 op het vlak van duurzame aankopen”

— ONDERZOEKER VEERLE SPAEPEN

Al blijft Van de Peer optimistisch, mailt ze na. 'Jongeren willen rekening houden met de planetaire grenzen en brengen dat in de praktijk door tweedehands te kopen. Toch kan uit een telling van hun kleerkast blijken dat ze erg veel kleren bezitten. Als dat een verwrongen gevoel oplevert, kunnen ze dat gebruiken als bron om nieuwe strategieën en acties voor de planeet uit te testen.' 'Elke generatie draagt zijn steentje bij om duurzaam aan te kopen, zij het allen op een geheel andere manier', eindigt ook Spaepen met een positieve noot. Jongeren zijn niet enkel fan van tweedehands, maar tonen ook interesse in circulaire businessmodellen.

Een voorbeeld daarvan, opnieuw in de sfeer van de tweedehandsindustrie, zijn de resell-platformen die modemerken aanbieden. Zo zien we steeds vaker tweedehands items aangeboden in reguliere winkels. 'Jongeren hebben daar interesse in, terwijl ouderen sneller kleding zullen doneren.'

Noch Gen Z, noch de babyboomers mogen zich kronen tot duurzaamste generatie. Uit het onderzoek van Spaepen blijkt dat haar eigen generatie, die van de millennials, het meest modebewust te zijn op het vlak van ecologische en sociale kwesties. Belangrijk: millennials hebben ook meer budget ter beschikking dan Gen Z om duurzaam aan te kopen. Spaepen omschrijft hen als 'minder activistisch dan jongeren', maar tegelijk 'idealistisch en altruïstisch'.

Opvallend: de meeste millennials zelf zouden daar niet mee akkoord gaan. 'Mijn generatie is erg streng voor zichzelf', concludeert Spaepen. 'We geven onszelf slechts 5,8 op 10 op het vlak van duurzame aankopen. Maar we zijn wel bereid om beter te doen.'

Wil je meer weten over hoe jonge ecologisch-ethische consumenten naar tweedehands aankopen kijken? **Lees dan zeker het artikel op pg. 32.**

2 vragen • 3 ondernemers



De nieuwe norm

'Heb je dit in een andere maat?' Grécie Van Innis moet altijd even grinniken als klanten haar die vraag stellen. Velen valt het niet op dat **Just Waldo** enkel preloved textiel aanbiedt. 'Ooit wordt tweedehands de norm.'

Waar komt je passie voor tweedehandskledij vandaan?

GRÉCIE 'Mijn mama heeft een voorliefde voor rommelmarkten en kringloopwinkels. Ze nam me mee in de tweedehandswereld en leerde me dat het veel waardevoller is om er uniek uit te zien dan om mee te gaan in de consumptiemaatschappij. Op reis in Azië zag ik hoeveel goedkoop textiel van slechte kwaliteit aan de man gebracht werd. Maar ik bezocht ook gigantische vintagemarkten, wat me enorm inspireerde. Voor Just Waldo koop ik vintage aan in Italië. Wat daar binnenkomt via donatiecontainers is in mijn ervaring kwalitatiever dan in België. Mijn vriendinnen kopen nooit tweedehands, behalve bij mij. Zelf draag ik niks anders. De oude kleren van mama passen nog perfect en ook alle meubels in de winkel kregen een tweede leven.'

Doe je iets bijzonders voor het milieu?

GRÉCIE 'Mijn collega Jade en ik herstellen de kleren zelf, in ons eigen naaiatelier. We hebben ook een collectie geüpicyclede hemden. Die maakte Jade eerst zelf, maar daar ging zoveel tijd en focus heen dat we enkel nog de ontwerpen uitwerken. De uitvoering besteden we uit aan andere Gentse ondernemers, Atelier Houthuys en Ida & Volta. In mannenhemden zitten vooraan vaak defecten, als ze in een rits bleven haperen bijvoorbeeld. Door ze vooraan korter te knippen en achteraan langer te houden, krijg je een vrouwenmodel en is het stuk opnieuw verkoopbaar. Op termijn willen we ook artistieke samenwerkingen aangaan, door bijvoorbeeld een kledingstuk op een bijzondere manier te verven of een gedicht erop te printen.'

Breng een bezoekje op Walpoortstraat 30, Gent.



Vind je weg naar Gentse Fair Fashion Hotspots

1 CLOSET STORIES

Antwerpsesteenweg 420a
Tweedehands · Accessoires · Doneren

'Hergebruiken en recyclen is de toekomst', dat is de visie van deze hippe tweedehands-winkel. Bij Closet Stories vinden (toekomstige) ouders alles voor hun baby(s). Coole mama's kunnen hun kast vullen en legen bij Closet stories.

2 FAIR ECO FASHION

Mageleinstraat 11
Eco · Fair · Accessoires

'Hip, maar niet oppervlakkig': onder dat motto stellen An en haar zoon Kevin hun duurzame winkel voor. In het hartje van Gent kan je er terecht voor kleding, accessoires en schoenen.

3 GOOD WOOL STORY

Nederkouter 120
Fair · Wol · Goed doel

Tijdloze, luxe wolproducten met zorg geproduceerd, daarvoor moet je bij Good Wool Story zijn. Hun hart en productie ligt in Mongolië. De grondstoffen worden ecologisch geselecteerd, en een deel van de winst gaat naar ecologische en sociale projecten. Zo kruip je met een gerust hart onder een dekentje uit jakwol.

4 KRISTIEN BOGAERT

Jules van Biesbroeckstraat 168
Slow fashion · Uniek · Op maat

In deze winkel vind je een zorgvuldige selectie aan kleding, rijk aan prints en kleuren. Kristien ontwerpt tijdloze klassiekers voor vrouwen die houden van flair en pit in hun kast. Onder het motto 'made to order' kan je in haar atelier terecht voor privé passies, inclusief stylingtips. Op die manier maakt ze enkel wat nodig is.

5 LA FILLE D'O

Burgstraat 21
Lokaal · Slow fashion · Op maat

La Fille d'O moedigt je aan jouw unieke lichaam te omarmen. Hier ontwerpen ze Avant-garde lingerie op maat. Die wordt in België gemaakt op basis van grotendeels Belgische grondstoffen. Het merk hecht veel waarde aan transparantie, dus op hun website lees je alles over hun productieproces.

6 LINE VANDEN BOGAERDE

Begijnhoflaan 87
Fair · Tweedehands · Juwelen

Gents juweelontwerpster Line Vanden Bogaerde houdt van pure materialen, vormen en structuren. Haar juwelencollecties zijn abstract, tijdloos én vooral eerlijk. Ze werkt uitsluitend met gerecycleerd zilver en Fairtrade goud.

7 LOST IN PABLOS

Vrijdagmarkt 38
Slow Fashion · Fair · Kostuums

Mannen er op hun best laten uitzien, in hun eigen stijl: dat is hun missie. Voor kostuums, maatpakken en accessoires kan je terecht bij Lost in Pablos. Ze werken enkel met Europese merken en hebben een eigen label. Zo houden ze hun collectie kwalitatief, ecologisch en eerlijk.

8 MAYENNE NELEN

Maïsstraat 35
Lokaal · Slow fashion · Leer

De lederwaren van Mayenne Nelen zijn ontworpen om lang mee te gaan. Haar collectie bestaat uit handtassen, bretellen en portemonnees. Die worden allemaal gemaakt uit hoogwaardig, plantaardig geloooid leer. Maak een afspraak om de collectie te bezichtigen.

9 MIEKE

Burgstraat 87
Fair · Slow fashion · Inclusief

Uniek, exclusief, deluxe en worldwide: dat zijn de kernwoorden van MIEKE. Met vakmanschap, precisie en afwerking houdt deze winkel zich ver weg van fast fashion. Hier vinden vrouwen van alle maten een toegankelijke verzameling aan duurzame indie-merken.

10 OXFAM SOLIDARITEIT GENT

Steendam 73
Tweedehands · Fair · Goed doel

In Oxfam Solidariteit vind je duurzame en solidaire producten zoals tweedehands-kleding, brocante, computers en boeken. De opbrengst van deze spullen en cadeaus gaat naar ontwikkelingsprojecten en humanitaire hulp. Zo helpen we samen armoede de wereld uit.

11 PUR SENS

Meerseniensstraat 3
Fair · Slow fashion · Giftshop

Pur Sens is een duurzame conceptstore. Ze bieden eerlijke, persoonlijk uitgekozen collecties kledij, accessoires, handgemaakte schoenen en huisdecoratie. Die vinden ze bij kleine Europese labels en creatieve ontwerpers, met eco-toets en oog voor detail.

12 SUPERGOODS

Brabantdam 63
Bio · Fair · Giftshop

De zaakvoerder van Supergoods, Olga, bezocht fabrieken en zag vooral hoe het niet moet. Daarom startte ze haar eigen conceptwinkel. Daarmee laat ze zien dat eerlijk en ecologisch niet duur of somber moet zijn. De winkel biedt naast kleding ook cadeautjes, lifestyle- en verzorgingsproducten aan.

13 VAUDE

Sint-Niklaasstraat 52
Made in Germany · Fair · Outdoors

Elke natuurliefhebber vindt bij Vaude zijn draai. Ze bieden functionele, milieuvriendelijke kleding en materialen voor bergsporten, fietsen, wandelen en actief stadsleven. Hun website staat vol tips en transparante productieverhalen.

14 WALK THE LINE

Vlaanderenstraat 90
Fair · Slow fashion · Schoenen

Made in Europe, dat is de kern van hun verhaal. Bij Walk The Line vind je duurzame schoenen en accessoires. Ze kiezen bewust enkel voor Europese producties. Op die manier kunnen ze de sociale duurzaamheid bewaken en wordt transport beperkt.

15 YAK & YETI

Mageleinstraat 13
Goed doel · Bio · Fair

Een winkel met respect voor hun medewerkers, hun klanten en onze planeet. Yak & Yeti staat voor unieke, eerlijke kledij en accessoires voor bewuste consumenten. Al de ontwerpen zijn gemaakt van biologische grondstoffen en afgewerkt in het Fair Trade-atelier in Kathmandu, Nepal.

16 ZUSSE

Bennesteeg 4
Tweedehands · Doneren · 0 tot 14j

Zussen Hannelore en Annelies, openen een tweedehands kindwinkel genaamd Zusse. Deze winkel geeft kinderkleding en speelgoed een tweede leven. Er zijn elke dag nieuwe stukken te vinden die ze met zorg hebben geselecteerd. Heb je nog kleine kleren rondslingeren? Ook die vinden hier een nieuwe thuis.

17 KINGCOMF

Huidevetterskaai 32
No waste · Slow fashion · Kimono

Bij Kingcomf is niks nieuw. Ze ontwerpen hun hele collectie uit duurzame resten van luxestoffen. Dat maakt niet alleen elk ontwerp uniek, maar ook afvalvrij. Met oog op comfort en kwaliteit, nodigen ze je uit om hun stukken eerst te passen. Daarvoor ben je welkom in hun showroom, op afspraak.

Wwwwebshops!

MARIE'S FAIR-TRADE SHOP

mariesfairtradeshop.be
Slow Fashion · Goed doel · Fair

Wat je in deze winkel vindt, wordt handgemaakt door vrouwen uit Latijns Amerika. Marie's selectie van accessoires, kleding en decoratie maakt ze tijdens haar reizen. Elk stuk heeft z'n eigen verhaal. Door het toepassen van Fairtradeprincipes wordt sociale duurzaamheid gegarandeerd.

NEGENDUUST

negenduust.com
Bio · Fair · Print

Uugstwoarschijnlijk 't wijste merk van Gent. Wat startte met een simpel T-shirt vloeit voort tot een webshop met accessoires, unieke prints en zelfs deurmatten. Dit voortdurend innoverende merk heeft één missie: samenhangigheid. Dat kan niet zonder een eerlijke en ecologische productie.

WOLVIS

wolvis.be
Wol · Fair · Slow fashion

Een breigoedlabel met poëzie in elke steek. Wolvis staat bekend om hun uitgesproken ontwerpen en gedurfde kleurencombinaties. Hun limited edition-collecties zijn volledig uit natuurlijk textiel zoals katoen en merinowol. Transparantie is key bij Wolvis: op hun website kan je informatie vinden over elke productiestap, en je krijgt uitleg bij de keuzes die gemaakt worden.

TERRA COTTA

terra-cotta.be
Tweedehands · Kind · Bewust

Van wasbare luiers tot tweedehands baby-en kinderkleding, je kan het allemaal vinden bij Terra Cotta. Zoveel mogelijk mensen warm maken voor het tweedehandsverhaal, dat is dan ook de missie van Maaik. Ontdek het op haar webwinkel. Toch liever fysiek shoppen? Elke eerste zaterdag van de maand kan je terecht in hun winkel op Sint-Dionysiusstraat 44.

STUDIO WOUW

studiowouw.be
Plantaardig · DIY · Tweedehands

Bij Studio WOUW willen ze mensen herinneren aan de magie van natuurlijke kleuren. Ze geven tweedehands textiel een nieuwe kleur met plantaardige materialen. Wil je dat thuis uitproberen? In hun webshop vind je DIY-kits. Op die manier geef je je eigen kledingkast een nieuw kleurtje.

FABRIC

fabric.gent
Fair · Op maat · Goed doel

Bij Fabric kan je terecht voor al printnoden. Je kan hier je eigen ontwerpen laten zeefdrukken, borduren, DTG en labelen. Daarvoor werken ze met milieuvriendelijke producten. Fabric streeft naar transparantie: van bij de katoenboer tot aan de eindconsument.

GHENTSOME

ghentsome.be
Gerecycleerd · Bio · Fair

Uit liefde voor Gent brachten Sofie en Miguel een nieuw modelabel op de markt. In hun kleding kan je de sfeer en drive van de stad voelen. Hun T-shirt en hoodies zijn gemaakt van biokatoen en gerecycleerde plastic flessen. Duurzame, fun-to-wear fashion voor het hele gezin, dat is Ghentsome.

HAPPY MONSTER CLUB

happymonsterclub.com
Kind · Bio · Speels

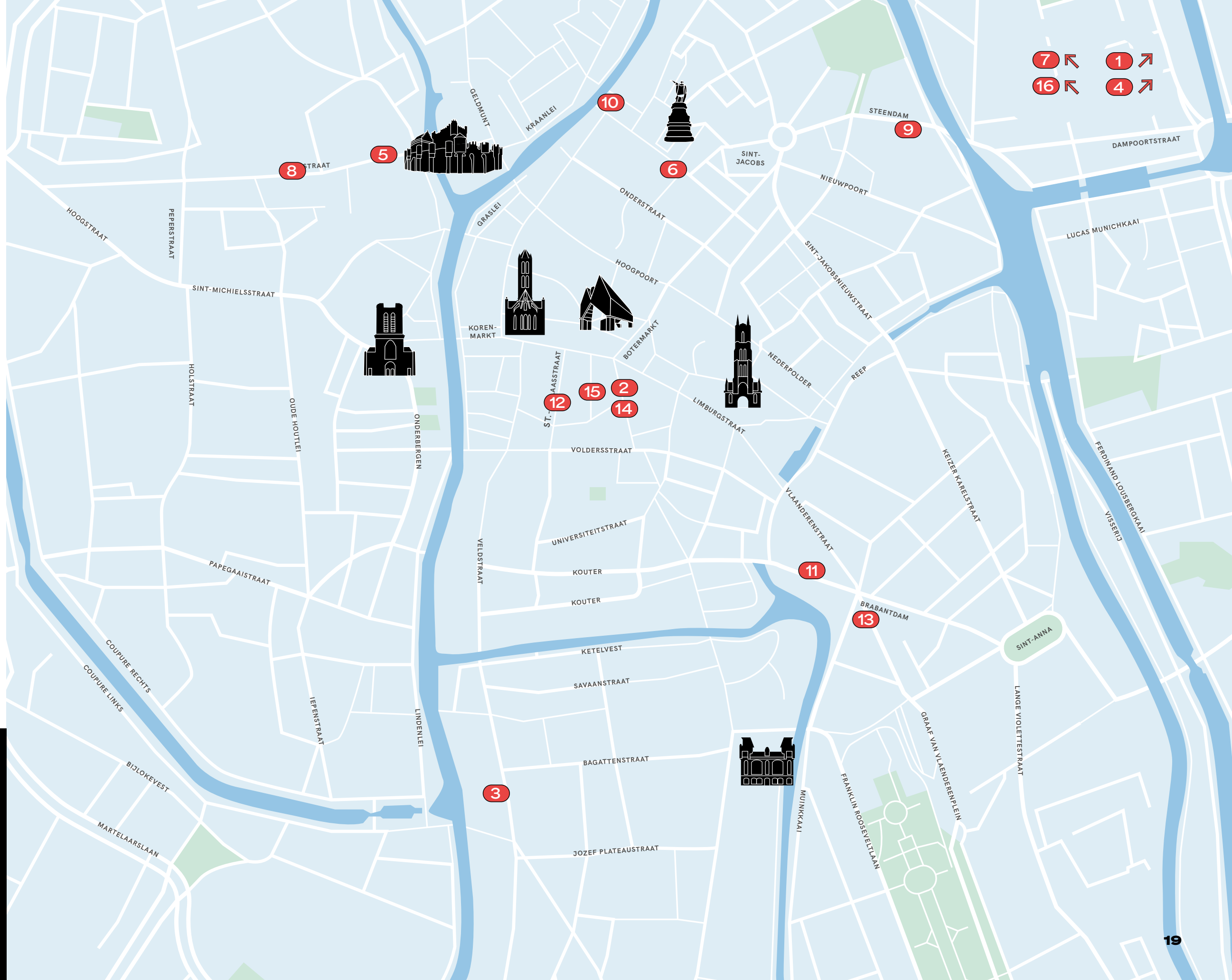
Hier stoppen ze kinderen en de allerkleinsten in duurzame en zelfontworpen kleding. Doordat ze zelf veel stappen van het productieproces in handen hebben, hebben ze de mogelijkheid om bewuste keuzes te maken. Knuffels van 100% scheerwol, kleding van organisch katoen en kleurrijke magneten, daarvoor moet je bij Happy Monster Club zijn.

IDA & VOLTA

idavolta.eu
Fair · Lokaal · Slow fashion

Tijdloos, elegant en comfortabel: dat omschrijft het high-end, ethische kledingmerk Ida & Volta. Hun collecties zijn volledig organisch, hernieuwbaar en biologisch afbreekbaar. Met oog voor mens, dier en natuur worden luxe en Fair Trade hier verenigd.

- ① **CLOSET STORIES**
Antwerpsesteenweg 420a
- ② **FAIR ECO FASHION**
Mageleinstraat 11
- ③ **GOOD WOOL STORY**
Nederkouter 120
- ④ **KRISTIEN BOGAERT**
J. van Biesbroeckstraat 168
- ⑤ **LA FILLE D'O**
Burgstraat 21
- ⑥ **LOST IN PABLOS**
Vrijdagmarkt 38
- ⑦ **MAYENNE NELEN**
Maïsstraat 35
- ⑧ **MIEKE**
Burgstraat 87
- ⑨ **OXFAM SOLIDARITEIT GENT**
Steendam 73
- ⑩ **PUR SENS**
Meersenijsstraat 3
- ⑪ **SUPERGOODS**
Brabantdam 63
- ⑫ **VAUDE**
Sint-Niklaasstraat 52
- ⑬ **WALK THE LINE**
Vlaanderenstraat 90
- ⑭ **YAK & YETI**
Mageleinstraat 13
- ⑮ **ZUSSE**
Bennesteeg 4
- ⑯ **KING COMF**
Huidevetterskaai 32



Vind al onze hotspots en Fair Fashion Walks op GentFairTrade.be

Onder de wol



© Zoé Komkommer

Niks zo knus als een wollen trui, sjaal of dekentje. Is de herkomst van de vezel een even wollig verhaal?

'Waarom wol? Ik ben verliefd op de zachtheid.' Breien werd Katy Lambrechts uit Gentbrugge met de paplepel ingegoten. Sinds de voormalige leerkracht vijftien jaar geleden met vervroegd pensioen ging, wachtte haar een tweede carrière: die van textielkunstenaar. Onder de noemer Wolcreatief struint ze met haar eigen creaties ambachtsmarkten af. Elke stap van het proces doet ze eigenhandig, van het wassen en het kaarden van de wol tot het spinnen, weven, vervilten en verven. 'Gemiddeld heb ik 45 uur nodig om een trui te breien. En voor die trui heb ik zo'n zeven strengen of bollen wol nodig, terwijl het spinnen daarvan drie uur per streng kost. De meeste mensen willen liever geen witte trui, maar ook verven kost tijd, soms wel drie dagen. Als je dat vergelijkt met de prijzen waaraan truien in de winkel verkocht worden, besef je dat handwerk bijna niet meer te betalen is.'

Enkel schapen houdt Katy niet zelf, al behoorde dat ooit tot de mogelijkheden. 'Na het overlijden van mijn man raadde een familielid me aan om in het onderwijs te gaan. Ik heb dat idee gevolgd, maar achteraf gezien was ik liever een boerderij gestart. In een volgend leven word ik schapenhouder, daar ben ik zeker van.' Met de boeren waarvan ze wol afneemt, bouwt ze een band op. 'Ik bezoek hen regelmatig, zo ben ik zeker dat de dieren goed behandeld worden. Vroeger accepteerde ik alle wol die ik cadeau kreeg. Daar ben ik mee gestopt, uit bezorgdheid voor de dieren.' Ze verwijst naar haar samenwerking met de Nederlandse Janny Wijna, die net over de grens merinoschapen fokt. 'Die kocht Janny in Spanje en heeft ze verder gekweekt in Nederland. Intussen zijn we vrienden geworden en geef ik af en toe workshops op haar boerderij Blij Bezuiden.'



STUGGE SCHAPEN

Het is geen toeval dat Katy en Janny gewonnen zijn voor merinowol. Het Spaanse ras staat bekend om hun zachte vacht, wat bijgevolg zachte wol oplevert. Hoe zacht drukken experts uit in micron: de dikte van de wolvezel. De zachtste wol ter wereld, die van de vicuña (een lama-achtige uit Zuid-Amerika), meet 8 micron. Een mensenhaar, daarentegen, is gemiddeld 70 micron dik. Merinowol heeft een gemiddelde dikte van 15 tot 25 micron. De merinowol gebruikt in sjaals van het Gentse merk Wolvis meet 19,5 micron. Vanaf 30 micron voelen vezels stug of ruw aan. De meeste inheemse schapensoorten in België en Nederland hebben een wolvezel van ruim 35 micron. En dat is een enorm probleem.

Aan de straatstenen geraak je de meeste wol niet meer kwijt. Boeren moeten meer betalen om hun schapen te scheren dan dat ze verdienen aan de wol: een scheerbeurt kost zes euro per schaap, terwijl de wol zelf maximaal drie euro kan opleveren. Dat is niet de reden waarom boeren ze houden: inheemse schapen telen ze voornamelijk voor hun vlees en zetten ze in voor landschapsbegrazing. De vacht zelf is stug: we dragen het niet meer als trui, hooguit steken we het in onze isolatie.

De Lierse ontwerpster Céline Lambrechts (geen familie van Katy) kaart dat probleem aan in haar afstudeerproject sloWOOL. Céline studeerde interieurarchitectuur en textielontwerp op de Gentse campus van Sint-Lucas voor ze terugkeerde naar haar roots in de Kempen. Daar staat ze in contact met lokale boeren, van wie ze gratis wol krijgt. 'Wol heeft een negatieve economische waarde', weet ze uit die gesprekken. 'Vaak levert het de boeren zelfs een dubbele afrekening op: om van de wol af te geraken,

het te verbranden op een containerpark, moeten ze opnieuw betalen.' En toch, of juist daarom, staat Céline net te springen om met lokale wol aan de slag te gaan. Een trui zal ze er niet van maken, maar voor interieurobjecten kan ze het gebruiken. 'Wol van bij ons is een restproduct geworden. Waarom waarderen we het niet meer?'

AUSTRALISCHE MERINO'S

Een rondvraag bij gevestigde Gentse winkels met een oog voor duurzaamheid bevestigt dat inheemse schapenwol weinig in trek is. Niet enkel Wolvis maar ook Vaude maakt gebruik van merinowol voor sjaals en outdoorkledij. Naast de zachtheid prijzen Lukas Iserbyt en Griet Depoorter, respectievelijk de Gentse winkelmanager van Vaude en de oprichtster van Wolvis, nog tal van andere kwaliteiten van wol. 'Wol kan vocht bufferen en isoleren, ook in vochtige en natte omstandigheden', steekt Lukas van wal. 'Dat is handig als je veel zweet tijdens het sporten. Bovendien heeft wol een zelfreinigende werking: het neemt niet snel geur op en hoeft minder vaak gewassen te worden.' 'Het is minder zwaar dan andere stoffen en het ademt veel meer', vult Griet aan, die momenteel werkt aan een eerste zomercollectie in 100 procent merinowol. 'Sommige klanten gaan misschien raar opkijken, maar wol is zoveel luchtiger dan pakweg katoen.'

Tegelijk komen de bezorgdheden rond dierenwelzijn, die ook Katy Lambrechts uitte, pijnlijk dichtbij. Merinoschapen zijn speciaal gekweekt om hun kwaliteitsvolle wol. Om die zo goed mogelijk te laten renderen, hebben ze een meer gerimpelde huid, waardoor ze meer vacht en dus meer wol hebben. In die huidplooien, voornamelijk rond het achterwerk, kunnen huidaandoeningen zoals myiasis voorkomen. Aan het begin van de vorige eeuw heeft Australische schapenherder John Mules daar een "oplossing" voor gevonden: het wegsnijden van een stuk huid rondom de anus. Mulesing, zoals de techniek heet, wordt meestal zonder verdoving of nazorg uitgevoerd en komt voornamelijk nog steeds in Australië voor. Jaarlijks moet het achterste van zo'n tien miljoen lammeren eraan geloven. In Nieuw-Zeeland riskeer je een boete als je de techniek toepast en ook in eigen land is het verboden. →

De merinowol van Vaude komt uit Nieuw-Zeeland, Australië en Zuid-Afrika en is gecertificeerd via de Responsible Wool Standard (RWS, zie kaderstuk). Voor jassen met lavalan, een vorm van wolisolatie, koopt Vaude de restwol op van Zuid-Duitse schaaphouders. In de Belgische Vaude-filialen kan je ook het Zweedse merk Woolpower vinden, dat merinowol uit Zuid-Amerika gebruikt. 'In die regio komt myiasis niet voor en is er dus geen sprake van mulesing.' Ook in Europa grazen merinoschapen, gaat Lukas verder, 'maar in zo'n kleine getale dat je al snel buiten Europa zit voor grotere oplagen'. De sjaals van Wolvis zijn beperkt qua stock, maar ook die wol komt niet uit Europa. 'In de ideale wereld haal ik mijn wol uit Zuid-Frankrijk, maar dat is een stuk duurder', zegt Griet. 'Ik heb al gedacht aan een aparte reeks sjaals van ongeverfde wol, om de kost toch wat te drukken. Maar dat ligt zodanig ver van wie wij zijn, als kleurrijk merk, dat ik het ons niet zie doen.'



De Italiaanse wolspinnerij waar Wolvis mee samenwerkt, die Griet afgelopen zomer bezocht heeft, haalt zijn grondstoffen uit Australië. 'Natuurlijk zit ik in met de herkomst van de wol. Certificaten zijn een belangrijk instrument om zeker te zijn dat er geen mulesing aan te pas komt. Tot hiertoe kon ik geen RWS-wol aankopen in kleine oplages omwille van de kleur. Dan zou ik ofwel beige en grijze wol krijgen, ofwel de helft meer moeten betalen voor onze eigen kleuren, wat de kostprijs van de sjaals de hoogte zou doen inschieten. Binnenkort kunnen we aankopen aan een groter volume, waardoor we RWS-garens kunnen laten verven aan een vijfde van de prijs. Dat is nog steeds een serieuze meerkost, maar dat heb ik ervoor over.'

De vacht van onze
inheemse schapen is
stug: we dragen het
niet meer als trui,
hooguit steken we het
in onze isolatie

Dan nog zal je niet snel een RWS-certificaat terugvinden op producten van Wolvis. 'Ik mag enkel vermelden dat het garens gecertificeerd is, niet het product zelf', zucht Griet. Dat komt omdat Wolvis het grootste deel van de productie in eigen land doet, in Waregem en Sint-Niklaas. Enkel wanten en mutsen laat Griet in Tsjechië produceren. 'Al die ateliers hebben geen certificaat. Als ik een label wil voorleggen, moet ik buiten België gaan om een veel grotere producent te vinden die wel de investering voor het RWS-certificaat gemaakt heeft. Maar dan is het niet meer "made in Belgium". Dat klopt voor mij ook niet.'

De outdoor kleding van Vaude en Woolpower bestaat niet uit 100 procent merinowol: dit wordt aangevuld met synthetische materialen zoals polyester, polyamide en elastaan. 'Dat is belangrijk voor de stevigheid', legt Lukas uit. Voor wie veel zweet, heeft dat opnieuw voordelen. 'Wol heeft de neiging om langzaam te drogen, synthetische materialen drogen sneller maar onttrekken warmte aan het lichaam om dat te kunnen. Een mix van de twee is ideaal voor duursporten of activiteiten waarbij je inspanning en ontspanning afwisselt, zoals skiën.' Ook in de wanten en mutsen van Wolvis is elastaan te vinden, voor de stretch en de vormvastheid. Een nadeel van gemengde stoffen is dat ze minder recycleerbaar zijn. Daarom streeft Wolvis naar monomaterialen zoals 100% merinowol. 'In de wanten zit het elastaan enkel aan de rand. Daardoor is het grootste deel van het product wel nog recycleerbaar.'



LIEVER GEEN KASJMIER

Dat wol en duurzaamheid niet altijd hand in hand gaan, merkte ook de Gents-Mongoolse Nomindari Mendee. Na haar studies modetechnologie aan de HOGENT heeft ze lang getwijfeld welke wol ze wou gebruiken voor haar onderneming Good Wool Story. Nomindari is een kleindochter van nomaden die kasjmiergeiten hielden op de Mongoolse steppe. Kasjmier is een van de dunste en dus zachtste wolsoorten. Met een vezeldikte van 14 tot 16 micron is het (meestal) zachter dan merino. Toch verkoos Nomindari minder bekende wolsoorten, zoals jakwol, boven kasjmier. Door de grote vraag naar kasjmierwol houden nomaden steeds meer geiten, maar dat is nefast voor het ecosysteem in Mongolië: het veroorzaakt overbegrazing en verwoestijning van de Mongoolse steppen. 'De natuur botst op haar limieten', zo legt Nomindari het uit. Want in het verwoestijnde Mongolië hebben dieren steeds minder te grazen. Hun gezondheid lijdt daaronder, waardoor hun vacht - en dus ook hun wol - minder robuust is. 'Als het zo doorgaat, hebben we op termijn geen grasland, geen nomaden en geen kwalitatieve wol meer.'

Good Wool Story koopt alle andere soorten wol die nomaden te bieden hebben, zoals jakwol, het donshaar van jakken. 'We maken een waardevol product van de vachten van dieren die nomaden voornamelijk houden voor vlees, melk en vervoer. Zo creëren we een alternatieve inkomstenbron.' In vergelijking met schapenwol is jakwol warmer en gebruiksvriendelijker, zegt Nomindari, omdat je het gewoon in de wasmachine kan steken. Of er vandaag, terwijl je dit leest, ook jakwol in de winkel ligt? Dat is niet zeker. 'Ons aanbod varieert jaar na jaar, afhankelijk van welke soort wol we in welke hoeveelheid kunnen kopen. Als een product uitverkocht is, produceren we het niet noodzakelijk opnieuw.' →

Wollige certificaten



De internationale dierenrechtenorganisatie Four Paws vergelijkt wolcertificaten met bijzondere aandacht voor dierenwelzijn. In hun laatste rapport uit 2021 onderzoekt het de meerwaarde van het Amerikaanse Responsible Wool Standard (RWS), het Nieuw-Zeelandse ZQ Standard, het Franse NATIVA, het Australische NewMerino en Authenticico, internationale biostandaarden OCS en GOTS (Organic Content Standard en Global Organic Textile Standard) en tot slot de Australische organisaties Sustainawool en National Wool Declaration (NWD). Bij de meeste van die standaarden is mulesing uit den boze: enkel bij de Australische NWD is het aanvaard, zolang boeren transparant zijn of ze de techniek toegepast hebben en op welke manier. Toch is er een enorm verschil in hoe de certificaten gecontroleerd worden. Enkel RWS en de biostandaarden OCS en GOTS zijn geverifieerd door derden. Enkel bij RWS, ZQ Standard, NATIVA en Authenticico komen auditeurs langs zonder voorafgaande waarschuwing. Officieel gaat het niet om een top negen, maar *off the record* bevestigen medewerkers van Four Paws dat ze het eerste certificaat, dat van RWS, het hoogst aanschrijven. Four Paws heeft bovendien een campagne waarbij het merken aanspoort zich aan te sluiten bij de organisatie onder de noemer "Brands Against Mulesing". Grote merken zoals Vaude en Woolpower hebben daarop ingetekend.

- 1 Responsible Wool Standard
- 2 ZQ Standard
- 3 NATIVA
- 4 NewMerino
- 5 Authenticico
- 6 OCS
- 7 GOTS
- 8 Sustainawool
- 9 National Wool Declaration

ONAFHANKELIJK

De bezwaren ten spijt: geen haar op het hoofd van Nomindari, Katy, Céline, Griet en Lukas dat eraan denkt om een andere stof boven wol te verkiezen. Katy Lambrechts bekijkt het ook rationeel: schapen hebben nu eenmaal wol dat sowieso afgeschoren moet worden. 'En het groeit terug, wat we niet kunnen zeggen van andere materialen, zoals de koeienvachten die voor leer gebruikt worden.'

Griet denkt de laatste tijd dieper na over waarom ze zo verknocht is aan de stof. 'In systeemtherapie leer ik welke waarden me van generatie op generatie doorgegeven zijn. Niet enkel het breien zelf, maar ook mijn onafhankelijkheid zie ik daarin terug. Handbreien is iets wat ik op mijn eentje kan, waar ik niets of niemand anders voor nodig heb: geen hulp, geen naaimachine, enkel twee naalden. Dat spreekt me nog steeds erg aan. En de zachtheid natuurlijk. Wie wil zich niet graag in een warm dekentje wikkelen?'

En ook de sporters die Lukas over de vloer krijgt, zijn nog steeds het beste af met wol. Nochtans heeft Vaude via de app Good On You geen topscore omwille van het gebruik van het materiaal. 'Op het vlak van dierenwelzijn kregen we het oordeel "it's a start". Dat vind ik jammer, omdat ik het gevoel heb dat de app niet transparant is waarom het die score geeft. Dierenwelzijn is heel belangrijk, daar zetten we ook op in via certificering. Het blijft waardevol om wol te gebruiken, zeker in buitensportomstandigheden. Het is zo functioneel. Vraag dat maar aan de schapen zelf, zij gebruiken het al eeuwenlang.'

Zelf op atelierbezoek?

Honderden artiesten tonen jaarlijks hun werkplek en technieken tijdens Atelier In Beeld, dat plaatsvindt tijdens het eerste weekend van mei. Niet enkel textielkunstenaars maar ook andere ambachtslieden kan je dan bezoeken. Katy Lambrechts en Céline Lambrechts zetten de deuren van hun ateliers in Gentbrugge en Lier alvast open. Meer info en inschrijvingen via atelierinbeeld.be.

2 vragen • 3 ondernemers

Liever uniek



Teaching All Mankind Uniqueness. Daarvoor staat **TAMU Fashion**, het geesteskind van Gentse ontwerpster Lucie Kaisala. Op het Fair Fashion Fest co-produceert ze een van de modeshows.

Doe je iets bijzonders voor het milieu?

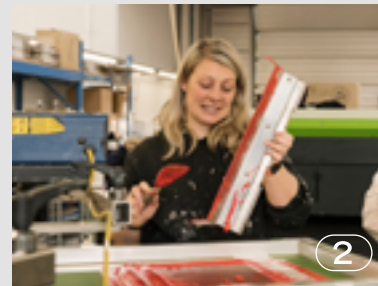
LUCIE 'Op de modeopleiding die ik aan het SASK in Sint-Niklaas volgde, leerde ik om zoveel mogelijk stoffen in te slaan. Als ik iets moois vond, moest ik ineens vijf meter in plaats van twee kopen, uit schrik dat ik later niet meer zou kunnen bijbestellen. Tot op vandaag heb ik overschotten van mijn opleiding. Daarom kies ik nu bewust voor kleinere oplages. Als ik nieuwe prints maak, mag ik zelf kiezen in welke stof ik ze wil, in velours of in denim bijvoorbeeld. Die stoffen zijn niet per se ecologisch, maar omwille van de oplage gaat het slechts om een druppel vervuiling. Ik gebruik steeds meer tweedehandskleding en wil onderzoeken welke symbolen uit échte Afrikaanse stoffen mij aanspreken om vaker te gebruiken. Zo werk ik graag met het Congolese kuba. De waxprints van mijn mama heb ik al gedeconstrueerd om patchworks van te maken. Die zijn vaak in katoen, maar ook die stof is niet zo milieuvriendelijk (zie ook pagina 9). Bovendien is er weinig transparantie, want mama krijgt ze cadeau als ze bezoek heeft. Waar komen die stoffen exact vandaan? Dat kan ik niet inschatten. Ik weet dus niet of ik mijn patchworks nog wil maken. Het is wel dubbel, want mijn familie blijft loyaal aan waxprints en op sommige evenementen draagt elk gezin dezelfde stof. Dat is mijn cultuur, ik ga dat niet volledig afwijzen.'

Waar komt je passie voor unieke modestukken vandaan?

LUCIE 'Als kind woonde ik in een sociale woonwijk. We hadden het niet breed en haalden we onze meubels in tweedehandszaken. Dat beeld, papa en ik in de Kringwinkel, is me altijd bijgebleven. Zelfs toen ik als puber en twintiger fast fashion ontdekte, bleef tweedehands altijd parallel in mijn leven. Vintage is nu eenmaal uniek en kwalitatief. Die noodzaak om voor tweedehands te gaan van in het begin werd mijn levensstijl én een inspiratiebron. TAMU Fashion is ontstaan vanuit een soort malaise, een gebrek aan representatie. Ik gebruik Afrikaanse stoffen, maar maak er wel westerse, vintage gebaseerde silhouetten mee. Alleen ben ik gaandeweg te weten gekomen dat de waxprints die ik in het begin gebruikte helemaal niet Afrikaans zijn (ze komen oorspronkelijk uit Nederlands-Indië, red.). Daarom maak ik nu mijn eigen prints en kies ik voor upcycling.'

Een dag in het leven van ↓ Fabric

Textieldrukkers Kristof, Daan en Laurent zijn fan van fast fashion. Toch verdienen ze een plaats in dit magazine.

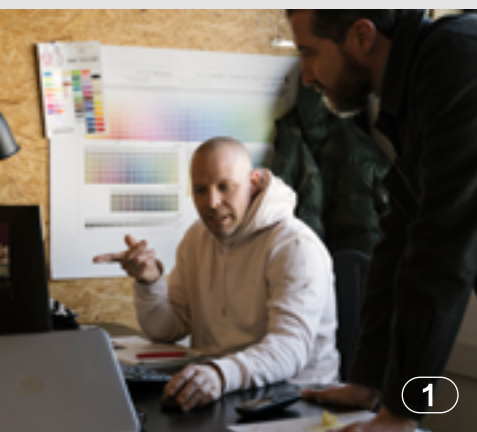


10:00

Het GOTS-label, oftewel de Global Organic Textile Standard, kijkt erop toe dat voor minimum 70 procent van de grondstoffen in een afgewerkt product afkomstig is van biologische landbouw. GOTS spreekt zich ook uit over arbeidsomstandigheden in de textielketen, zoals kinderarbeid, gedwongen arbeid, vakbondsvrijheid en eerlijke lonen. Alle inkten van Fabric en Inker hebben zo'n certificaat. Het gaat om twee soorten ecologische inkt, de ene op waterbasis, de andere op basis van plastisol. Toch plastic, dan? 'Plastisol had vroeger geen al te beste reputatie, maar wordt nu niet meer met zware metalen gemaakt en is dus evengoed GOTS-gecertificeerd.' Ruim de helft (55 procent) van de stoffen bij Fabric zijn GOTS-gecertificeerd. De drukkerij verhandelt het Belgische merk Stanley/Stella, dat tevens lid is van Fair Wear.

10:15

In de showroom zien we voornamelijk verwijzingen naar Stanley/Stella. Wat ook opvalt: deze oude drukpers, met de vermelding 'Made In Gent'. Nochtans bevinden we ons buiten de Arteveldestad: in 2019 ontstond Fabric als een gezamenlijke onderneming (joint venture) tussen de concurrerende bedrijven Suburban en Nookyalur. Zo verhuisde de productie van die eerste van Dok Noord naar Eke-Nazareth, de thuisbasis van de tweede. 'Qua logistiek maakt dat het een stuk eenvoudiger. Grote bestellingen via de kleine ring vervoeren, is niet zo eenvoudig. Zelf zijn we geboren en getogen in Gent en ook de URL van ons bedrijf verwijst nog steeds naar onze herkomst. En als je Gent-Sint-Pieters binnenrijdt, kan je nog steeds de gevel van de eerste vestiging van Suburban zien.'



07:45

Met de fiets komt zaakvoerder Kristof Thienpont steeds als eerste aan bij de magazijnen van Fabric. Offertes, personeelsplanning, overleg met medevennoot en salesverantwoordelijke Daan Imschoot: ook bureauwerk is belangrijk in een drukkerij. De kleuren op de achtergrond geven alvast een inkijk in wat er beneden te gebeuren staat.

08:30

Vanaf half 9 draait de drukkerij Fabric op volle toeren. Medevennoot Laurent Lampaert regelt de planning op de werkvloer. Elk van de vijftien medewerkers (elf mannen, vier vrouwen) heeft een vaste taak, al is er ook ruimte om door te schuiven. 'Medewerkers vragen soms om af te wisselen, maar kiezen er vaak voor om weer naar hun vertrouwde post te gaan. Ieder zijn eigen dagdagelijkse routine.'



11:30

Intussen draait de afdeling zeefdruk van Fabric op volle toeren. De ene machine drukt met het fossiele product plastisol, de andere met watergedragen inkt. De kleuren mengen de medewerkers op maat van de klant. 'We kopen standaardkleuren in. Aan de hand van software weten we de juiste kleur te verkrijgen. Per zeefdrukraam voegen we één kleur toe. Dat puzzelwerk maakt elke opdracht een uniek gegeven. Op het einde halen we de "slappe inkt" uit het zeefdrukraam om later te hergebruiken (foto 6). Die inkt opscheppen is niet altijd eenvoudig. Die handeling heeft iets culinair, alsof we met chocolade werken in plaats van inkt.' →



09:30

Routine? Daar is geen sprake van in dochterbedrijf Inker. Medewerkster Liesbet maakt fair fast fashion op bestelling van (meestal) particuliere klanten, soms aan een oplage van één T-shirt per bestelling. Elke bestelling is op maat, elke dag is anders. 'De bedoeling is om textiel zo duurzaam mogelijk te bedrukken. Dat kan razendsnel, klanten mogen hun bestelling binnen de 24 uur verwachten. Maar toch is het ethisch, omdat er geen overproductie is en we met GOTS-gecertificeerde inkt en stoffen werken. De snelheid heeft onder meer met de software te maken. Inker is meer een IT-bedrijf dan een drukkerij, zeg ik soms.'



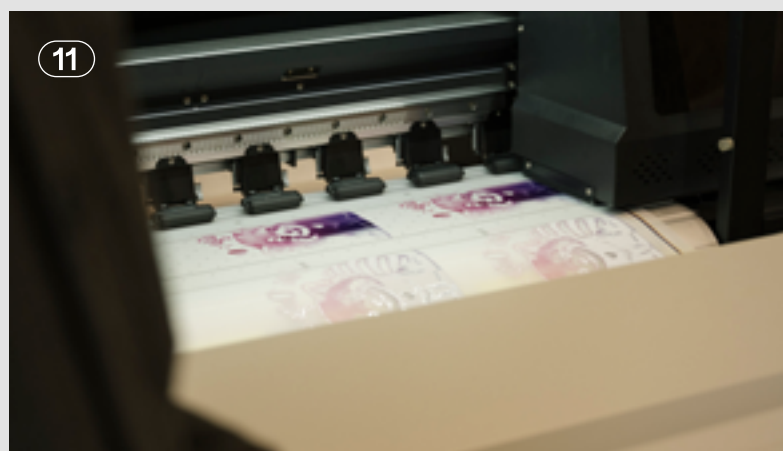
14:00

Ze is pas aangeworven en nu al staat medewerkster Katrien in voor de duurste en duurzaamste techniek die Fabric te bieden heeft: borduren. 'Een stiel apart', noemt salesverantwoordelijke Daan dat. 'Maar voorkennis is niet noodzakelijk, net als bij de andere technieken geldt: al doende leert men.' Waarom is het dan duurzamer? 'Borduurwerk kan tegen een stootje: als je textiel in de kookwas steekt, zal de stof rapper stuk gaan dan het stiksel. Het oogt bovendien klassevoller. Maar het is wel arbeidsintensiever: voor één ontwerp zijn veel steken nodig en in onze machines kunnen we maximaal zes stukken tegelijk borduren.' De machines gaan aan, onze oren bedekken we. Voor een klein logo blijken er maar liefst 5262 steken nodig: eerst borduurt de machine de rand van het logo, daarna kleurt hij het als het ware in.



15:00

Nog eentje dan, om het af te leren. Een laatste techniek bij Fabric is DTF oftewel Direct To Fabric. Daarbij drukken de werknemers digitale prints op een polyester drager, alvorens ze aan 180 graden te laten smelten en fixeren op truien en T-shirt. Die techniek heet *hot peel*, wat je zou kunnen vertalen als "warm pellen". Vooral het maakproces van de digitale drukken is bijzonder om te zien. Te midden van het proces bevindt zich een soort poeder, precies bloedsuiker - of cocaïne. Ook dat wordt verwarmd om vervolgens te smelten op de natte inkt. De fixatie op textiel gebeurt in 15 seconden. Nadien wordt de drager of folie verwijderd, wat het minder ecologisch maakt. Tegelijk spaart de techniek tijd uit voor grote klanten die continu stock bijbestellen. 'Bij zeefdruk vraagt het instellen van de machine het meeste werk. Bij DTF hebben we folies op stock liggen en kunnen we sneller schakelen.' Opnieuw een vorm van fast fashion dus, maar dan zonder overstock aan textiel.



Venster op de wereld

Een team van ruim zeventig vrijwilligers aansturen: Tony Alleman van **Oxfam Wereldwinkel Mariakerke**, tot zijn pensioen leerkracht godsdienst, doet het met een glimlach. 'Het inkomen van onze partnerorganisaties hangt af van onze inzet.'



Waar komt je passie voor voor eerlijke handel vandaan?

TONY 'Dat is in één slogan samen te vatten: trade, not aid. Liever dan centen inzamelen besepte ik dat het belangrijk was om de structuren te veranderen. Een Palestijnse partner van Oxfam vertelde me ooit dat fair trade voor hem "een venster is op een wereld waar wel nog een toekomst is". Zelf ben ik vrijwilliger en hangt mijn inkomen dus niet af van de Wereldwinkel. Voor onze partners is het heel wat minder vrijblijvend: hun inkomsten hangen ervan af. Het gevoel om samen aan iets te werken, houdt vrijwilligers gemotiveerd. We amuseren ons en we boeken resultaten: we behoren tot de best draaiende Wereldwinkels van Vlaanderen.'

Doe je iets bijzonders voor het milieu?

TONY 'We hebben onlangs verbouwd en denken na over verpakkingen. Tegen de blikjescultuur in verkiezen we retourflessen. Ook de horeca is de wegwerpverpakkingen beu, merken we. Sinds 2021 zijn we gestart met onze eigen limonade aan te bieden. Die is fair trade, want we gebruiken agavesiroop van onze Mexicaanse partners, maar tegelijk zo lokaal mogelijk: we laten het maken in Semmerzake, nabij Gent. Zo kwamen we aan het LEF-label: lokaal, ecologisch en fair. We hebben enkele afnemers, waaronder ook andere Wereldwinkels, maar ambiëren geen grotere distributie. Mochten we heel België rondrijden, verliezen we het ecologische aspect. Voor de logistiek hangen we af van onze vrijwilligers. Voor velen is het haalbaarder om producten te vervoeren met hun eigen wagen dan met een deelauto of met de fiets. Veeleisend zijn we niet, we zijn al heel blij dat ze dit willen doen.'

Vertrouwen uit de Himalaya



Officiële labels vind je niet terug in een jas of broek van **Yak & Yeti**. Daar heeft oprichter en bezieler Bharat Shrestha een gegronde reden voor. 'Iedereen mag ons atelier controleren.'



MADE IN NEPAL



Het verhaal van Yak & Yeti is dat van het engagement van Bharat Shrestha. Bijna twintig jaar geleden startte hij, eerst als groothandelaar, pas later met een eigen winkel.

In een atelier nabij Kathmandu, de hoofdstad van Nepal, stelt Bharat 37 arbeiders tewerk. Ongeveer de helft van hen heeft een afstand tot de arbeidsmarkt. Dat kan een fysieke beperking zijn, maar ook mentale problemen. Eens de arbeiders goed ingewerkt zijn, stromen ze door naar de reguliere arbeidsmarkt of starten ze hun eigen bedrijfje op. Zo kunnen ze plaatsmaken voor nieuwe werkkrachten. 'Op die manier kan ik zo veel mogelijk mensen helpen.'

Bharat noemt zijn kledij ook wel fair wear of fair trade, maar kan geen certificaat van de ngo's Fair Wear of Fairtrade International voorleggen. 'Labels zijn als een abonnement, ze kosten ook geld', redeneert Bharat. 'Als ik een label betaal, dan kan ik mijn mensen niet betalen. Bij een klein atelier zoals het onze lijkt me een label minder nodig, omdat het een open atelier is: doorheen de jaren zijn honderden mensen komen kijken. Zelf ga ik soms vier keer per jaar naar Nepal. Extra controle lijkt me zonde van het geld.'

Ook over de verloning voor de arbeiders is Bharat open. Het minimumloon in Nepal bedraagt 120 euro (17.300 Nepalese roepie) sinds augustus 2023. Bharat betaalt drie keer zoveel voor sociale tewerkstelling en meer voor gewone werknemers. Die laatsten worden per kledingstuk uitbetaald, waardoor ze een pak meer kunnen verdienen als er veel werk op de plank ligt. 'Maar ze zijn wel altijd zeker van een vast inkomen, ook in seizoenen met minder werk.' De bedragen die hij in vertrouwen vertelt, liggen een pak hoger dan de vraag van globale vakbond IndustriALL, die in 2023 een minimumloon van 180 euro (26.200 NPR) eiste.



STOF **BIOKATOEN**

Pesticiden zijn verboden bij de teelt van biokatoen. Ook vergt het iets minder water en krijgen boeren beter betaald. Labels zoals GOTS traceren biokatoen doorheen de keten, maar ook van dat label blijft Bharat weg. Hij werkt nauw samen met lokale partners in het zuiden van Nepal, aan de grens met India, die hij erg vertrouwt. 'Regulier katoen droogt de planeet uit en groeit vaak maar één seizoen', weet hij via hen.



“De winst gaat naar de industrie, de planeet lijdt eronder. Mijn mode draait om gezondheid, zowel voor de planeet als voor de mensen – de dragers én de arbeiders”

— BHARAT SHRESTHA



TEXTIELVERF **NATUURLIJKE KLEURSTOFFEN**

Gezondheid gaat verder dan grondstoffen: uit onderzoek blijkt dat vooral kleurstoffen een impact hebben op de drager. Daarom gebruikt Bharat alleen maar biokleuren, op basis van planten, groenten, bloemen en wortels. 'Dat is gezond, in tegenstelling tot de gangbare chemische kleurstoffen, die de grond oxideren en het leven verminken.'

Het okergele jasje hiernaast heeft hij laten kleuren met kurkuma, okkernoten, kastanjebladeren en pompoen. Die kleurstoffen moeten verschillende keren handmatig gekookt worden. 'En dan nog kunnen de kleuren er soms anders uitkomen, bijvoorbeeld als je er iets minder kurkuma en iets meer pompoen aan toevoegt.' Hij toont twee identieke jassen, die een vrij identieke behandeling kregen. Toch is de ene okergeel en de andere eerder oranje. Voor Bharat is dat geen probleem.

Andere kritiek op natuurlijke kleurstoffen luidt dat ze sneller vervagen. Meestal zijn er (soms zware) metalen of tannines nodig om de kleuren te laten hechten. Niet zo bij Yak & Yeti, zegt Bharat: de techniek die hij hanteert, heet stone washing. Daarbij slaan arbeiders na elke wasbeurt het kledingstuk uit tegen een steen. 'Het is een veel langer proces, maar op die manier blijft de kleur erin zitten zonder metalen.' Frans expert natuurlijke kleurstoffen Michel García twijfelt eraan of dat kan, maar zegt zijn respect te willen betuigen voor de technieken.

WASINSTRUCTIES:

WOLWAS EN AZIJN

Om de kleuren te behouden, stelt Bharat, kan je azijn gebruiken. Je moet het er niet in weken: dan kruipt de zuurte in je kleren, en gaat dat bijten. In de plaats daarvan voeg je het toe in je wasmachine. De kleren van Yak & Yeti zijn niet bestand tegen hogere temperaturen dan 30 graden. Bharat raadt het wolwasprogramma aan, op die manier kan je het langst van de kleren genieten.

‘Shame on you?’ Dat helpt ons niet vooruit’

Vraag jonge activisten en ondernemers waarom ze houden van duurzame mode en je krijgt de meest enthousiasmerende antwoorden. Een openhartig gesprek over de keerzijde van de mode-industrie, tweedehands alternatieven en cadeaus om te koesteren.

Donderdag studentendag op het jaarlijkse Festival van de Gelijkheid. Daar komt nog bij dat Gent in 2024 tot jongerenhoofdstad van Europa gekroond is. Meer motivatie hebben we niet nodig om vijf twintigers – vier van hen voor het eerst! – een podium te geven, en een microfoon, om het over hun gedeelde passie te hebben: mode en duurzaamheid.

Die twintigers heten Priscilla Nollé, Imani Amelhayi, Fiore Farhand, Zoë De Cock (*zie kaderstuk*) en Sienie Van Geerteruy. Fans van ons magazine kennen die laatste nog uit de vorige editie: Sienie schitterde in het coverartikel over upcycling. Op haar Instagram Let’s Get Thready transformeert ze oude kledingstukken tot nieuwe stuks. Fiore is ook geen onbekende voor wie Gent Fair Trade volgt, zij liep eerder stage tijdens het vorige Fair Fashion Fest. Na een studie modetechnologie aan de

HOGENT, volgt ze nu de master Critical Fashion Practices aan de kunsthogeschool ArtEZ in Arnhem. Priscilla heeft dan weer, ook na een stage, de Gentse afdeling van de internationale beweging Fashion Revolution verder uit de grond gestampt. Imani maakte tot voor kort modebewuste shoppers warm om outfits te huren in plaats van te kopen bij de online kledingbib Dressr. Ze is ook model en blijft grote fan van duurzame mode en verhuur.



v.l.n.r.: Zoë De Cock, Fiore Farhand, Priscilla Nollé, Imani Amelhayi en Sienie Van Geerteruy.

RADICAAL

In dit bonte gezelschap krijg je geen clichématige antwoorden over wat nu echt duurzaam is, maar een doodeerlijk relaas over beter willen kopen zonder belerend vingertje. Geen evidentie, vertelt Fiore daar meteen bij.

‘Tot vier jaar geleden kocht ik regelmatig fast fashion. Het moment dat ik stopte, werd ik heel radicaal. Ik durfde al snel anderen veroordelen voor hun koopgedrag. Ik was echt in de shaming mood. Nu denk ik, wat heb ik daarover te zeggen? Vroeger stoepte ik zelf met hoeveel ik gekocht had bij de Zara voor maar vijftig euro.’

‘Nu ga ik nooit meer uitspraken doen zoals “koop geen fast fashion”, omdat ik ieders persoonlijke situatie niet ken. Het kan evengoed zijn dat iemand niet veel financiële middelen heeft en twee of drie kledingstukken om de paar maanden koopt. Dàt zijn niet de mensen die de schade aanrichten. Nu probeer ik genuanceerder te zijn.’

‘De duurzaamemodewereld is best confronterend soms’, zegt Imani daarover. ‘Mensen kunnen een hele preek geven als je iets koopt bij de H&M. *Shame on you*, zeggen ze dan. Maar dat helpt niet, dat maakt de ander enkel maar onzeker.’

RESPECT VOOR MAKERS

Tegelijk zijn de jongeren de eersten om aan te klagen dat het anders en beter moet, en dat de prijs die we nu voor kledij betalen niet realistisch is. ‘Het raakt mij dat we zo gemakkelijk zoveel kopen voor zo weinig geld’, zegt Priscilla. ‘We zijn eigenlijk blind geworden voor wat daarachter zit van ambacht, van werk. Zelfs al is bepaalde kleding minder kwalitatief, dan nog heeft iemand dat wel gemaakt.’

‘Als kind dacht ik dat kleren gemaakt werden door machines’, herinnert Sienie zich. ‘En ik denk dat heel veel mensen – kinderen én volwassenen – nog altijd denken dat er geen arbeid in hun kleren kruipt. De doorsnee

consument staat niet stil bij de arbeidsomstandigheden in de mode-industrie wanneer ze hun mandje vullen bij grote kledingketens. En toch wordt van ons verwacht dat wij de verantwoordelijkheid opnemen om betere keuzes te maken. Zo simpel is het niet.'

'Hoe maak je betere keuzes als er zo weinig info is over de kleren die we kopen of dragen?', vraagt Fiore zich af. 'Het is moeilijk om te weten wat er allemaal nodig is om een kledingstuk in elkaar te stikken. Dat maakt het gemakkelijk om gewoon voor goedkope kleding te gaan, zonder te beseffen hoeveel werk er juist achter zit.'

'Bovendien halen veel fastfashionmerken inspiratie bij kleinere makers', merkt Imani op. 'Die ontwerpers doen zoveel moeite om iets uniek te maken, besteden daar heel veel aandacht aan, letten vaak ook beter op de arbeidsomstandigheden. Na al die moeite worden hun ideeën klakkeloos gekopieerd en wij kopen dat vervolgens massaal aan. Dan denken we dat dat merk altijd mooie dingen heeft, maar ze hebben ze in feite gewoon gestolen. Ze nemen de creativiteit in de sector weg.'

GROOTVADERS HEMDEN

Voormalig Gents studentenondernemer van het jaar **Zoë De Cock** mocht de avond op het Festival van de Gelijkheid inleiden. Met hart en ziel stampte ze de afgelopen jaren haar eigen kledinglijn Renée by Zoë uit de grond. De inspiratiebron de oude hemden van haar opa. In plaats van ze weg te gooien, ging ze ermee aan de slag. Inmiddels is Zoë gestopt met haar merk. Een moeilijke, maar moedige beslissing.

'Ik had subsidies opgehaald, geïnvesteerd in een groter atelier, een deel van mijn productie uit handen gegeven. Mijn verkoopprijs moest omhoog. Toen merkte ik hoe moeilijk het ging worden.'

FANS VAN TWEEDEHANDS

Een vaak vermelde oplossing om duurzamer te kopen, is tweedehands shoppen. In filialen van de Baltische tweedehandsketen Think Twice is het steevast drummen om binnen te geraken als de multinational zijn prijzen maandelijks laat zakken tot één of twee euro. Ook online wordt er duchtig doorverkocht, bijvoorbeeld via de app Vinted. Ook daar zijn "eurodeals" te scoren, al moet je er wel je transport nog bijrekenen.

'Ik ben best fan van tweedehands,' zegt Priscilla, 'omdat je dan niets nieuws koopt. Maar we moeten wel beseffen dat de tweedehandsindustrie nog steeds afhankelijk is van de gewone mode-industrie. Ook in tweedehands zien we trends. Die zijn er gewoon in overvloed, die hangen samen met fast fashion.'

'Met Vinted heb ik een haat-liefderelatie', vertelt Imani. 'Het is een beetje als een tweedehandswinkel, maar je koopt rechtstreeks van anderen. Dat lijkt handig, maar misschien koop je wel uit Spanje of Italië in de plaats van België of Nederland. Je kan kleren goedkoper op de kop tikken via

die app, want het is tweedehands, maar het blijven kleren die ooit gemaakt zijn. Het is niet omdat ze niet meer in een winkel liggen, dat ze niks meer waard zijn. Ik ben meer aan fysieke winkels.'

Sienie is wél overtuigd fan. 'Ik denk dat het vooral een goede optie is voor mensen die zelf niet naar tweedehandswinkels zouden gaan, maar wel tweedehands willen shoppen. Vroeger vroegen veel mensen mij waar ik de tijd vond om tweedehands te gaan speuren. Online zoeken verlaagt die drempel. En als je moet kiezen tussen Zalando of Vinted, geef mij maar Vinted.'

KLEREN KOESTEREN

Pas echt duurzaam is shoppen in je eigen kleerkast: blij zijn met wat je hangen hebt en daar een band mee opbouwen. 'Daar ben ik het meest fan van', zegt Priscilla, die ook styliste is. 'Sinds ik meer kijk naar wat ik al heb, ga ik veel creatiever om met kleren. Je daagt jezelf uit om spullen te hercombineren op een manier waar je nooit eerder aan dacht. Door een kleine aanpassing kan je iets totaal nieuw creëren. Dat maakt het ook leuk. Je hebt geen nood meer aan kant-en-klare kleren, want je kan het zelf.'

De pareltjes uit hun kast

Geen betere slotvraag dan te polsen naar het favoriete kledingstuk van de panelleden. Niet toevallig kiezen ze alle vier voor een tweedehands kledingstuk dat ze van een dierbare gekregen hebben.

SIENIE mailde vooraf dat haar favoriete kledingstuk haar meteen te binnen schoot. Ze zou het aantrekken de avond van het festival. 'Het is een flanellen zwangerschapskleed dat mijn mama maakte toen ze in verwachting was van mijn tweelingzus en mij. Je moet weten, mama is echt een mager mini-vrouwje. Haar dikke zwangere buik past even goed in het kleed als ik er nu, niet zwanger, in pas. De stof is zalig voor in de winter, ideaal voor foodbabies.' Achteraf stuurt Sienie nog een berichtje dat ze het kleed blijkbaar de hele avond omgekeerd aanhad. Ook dat is creatief omgaan met je kleerkast: de vergissing viel niet eens op, maar ze vond het wel hilarisch.

FIORE nam een blauwe trui mee die oorspronkelijk van haar papa was. 'Ik reisde met hem door de Verenigde Staten en had niet genoeg warme kleren bij. In San Francisco opende hij zijn valies en mocht ik zoeken of er iets voor mij bijzat. Het is een gewone simpele trui, die heel comfortabel zit. Toen we terug thuis waren, wilde ik hem niet meer afgeven. Hij wou hem terug, wou mij gewoon dezelfde kopen, maar dat weigerde ik. Ik wou echt die van hem. Mijn vader woont namelijk in de VS, dus ik zie hem niet zoveel. Telkens ik de trui aanheb, en dat is toch wel wekelijks, moet ik aan hem denken.'



PRISCILLA heeft haar kledingstuk niet bij, omdat ze het aan het herstellen is. 'Het gaat om een vintage korset van de ontwerpster Vivienne Westwood dat ik gekregen heb van een vriendin. Zij had het tweedehands gevonden en gaf het mij, gratis, omdat ze het niet meer kon dragen door een borstamputatie na een kankerdiagnose. Ze wist dat Vivienne Westwood mijn favoriete ontwerpster is. Westwood was ook modeactiviste, ze is intussen overleden maar heeft veel bereikt in haar leven. Elke keer ik het draag, voel ik me heel powerfull. Mijn vriendin droeg het vaak als ze optredens gaf of danste. Ik kan me perfect inbeelden hoe sterk zij zich daarin moet gevoeld hebben. Daarom wil ik het stuk zo lang mogelijk intact houden en ben ik het nu aan het repareren.'

IMANI haalt er een leren jas bij van haar tante, de zus van haar oma, die tien jaar geleden overleden is aan kanker. 'We waren heel close, het voelt echt fijn om dit te dragen. Het is natuurlijk een heel coole jas, maar het is nog veel cooler om te beseffen dat zij het ook gedragen heeft. Ik heb iets bij van haar. Ook draag ik een parelketting die ik van mijn oma gekregen heb. Ik wou die al sinds mijn achtste en heb hem pas later gekregen. Een tijdje geleden zijn parels opnieuw in de mode gekomen. Het is leuk om te zien dat alles terugkomt. Als je een oma, opa, tante of mama hebt met mooie kleren die misschien nu niet in de mode zijn: geloof mij, gooi het niet weg. Die trends komen nog terug.'

Throwback

Fair Fashion Fest 2022



← Van duurzame juwelen tot warme gesprekken op de grootste Fair Fashion markt van België.



→ Kunnen we de mode-industrie herstellen? Modejournalist Sarah Vandoorne ging op zoek naar antwoorden tijdens de Fashion Talks.



← Makers tonen hun vaardigheden tijdens demonstraties. Zo toont Rae Sita Pratiwi de kunst van natuurlijk verven.



← De modeshows tonen een eigenzinnige selectie aan designs, van lokale ontwerpers.



'One Big Family'



Wie meewerkt aan het Fair Fashion Fest of standhouder is op de markt tijdens het festival, heeft al gemerkt dat veel communicatie vanuit Gent Fair Trade in het Engels verloopt. Daar is een bijzondere reden voor: sinds het najaar van 2021 werkt de organisatie met internationale vrijwilligers. Dit jaar zijn er maar liefst vier internationale vrijwilligers actief: twee Italiaanse (Katherine Liloia en Marina Greco) en twee Russische (Anna Dubentsova en Anna Martynova). Twee jaar geleden beten de Italiaanse Dalila Ferrari en de Spaanse Nieves Patiño Martín met twee de spits af. En daar hadden ze beiden enorm veel zin in.

'Het toeval wil dat we allebei nooit op Erasmus geweest zijn', getuigt Dalila. 'Die internationale ervaring miste ik. Ik was eerder in België geweest en had het gevoel dat ik sneller interessant werk zou vinden in Brussel dan in Italië. Maar sprak ik wel genoeg Engels? Ook daarover voelde ik me onzeker. Na afloop van de stage kon ik aan de slag als consultant bij de Europese Commissie. De ervaring die ik bij Gent Fair Trade opdeed was daarvoor onontbeerlijk: zowel toen als nu sta ik in voor de sociale media.' 'Bij jou was het echt een plan om te blijven', reageert Nieves. 'Ik deed een master in Gent en wou extra ervaring opdoen. Maar ook ik ben uiteindelijk gebleven en heb een job als beleidsmedewerker in Brussel gevonden. Puur toevallig deel ik momenteel een huis met een van de nieuwe vrijwilligers!'

De twee kijken vol vreugde terug op hun stage. 'Het voelde als *one big family*. Aangezien wij de eerste internationale vrijwilligers waren, kregen we veel verantwoordelijkheid. Er was veel ruimte om te experimenteren. En toewerken naar het Fair Fashion Fest was natuurlijk heerlijk. Mocht ik dat ooit opnieuw mogen meemaken, ik zou er zo voor tekenen.' Dat is nu ook het plan: zowel Dalila als Nieves hebben zich opgegeven als helpende hand op het festival. 'Gent Fair Trade zal altijd deel uitmaken van mijn leven', denkt Nieves. 'Of toch zolang ik in België ben.'

Mag ik nog 'Made in Bangladesh' kopen?

Bangladesh heeft zijn reputatie als productieland niet mee. Toch roepen vakbondsleiders op om 'Made in Bangladesh' te blijven kopen.

Het Fair Fashion Fest van 2024 vindt plaats tijdens de tiende Fashion Revolution Week. Dat betekent ook dat het intussen elf jaar geleden is dat het fabriekscampus Rana Plaza instortte in Savar, een voorstad van de Bengalese hoofdstad Dhaka. Bij die ramp op 24 april 2013 kwamen ruim 1100 kledingarbeiders om, 2500 anderen raakten gewond. Het was niet de eerste industriële ramp in de regio: amper een half jaar voordien brak er brand uit in Tazreen, waarbij minstens 112 arbeiders omkwamen. Twee maanden daarvoor, in september 2012, eiste een brand in de Pakistaanse fabriek Ali Enterprises 250 mensenlevens. Die drie rampen, en dan vooral de dodentol na Rana Plaza, schudden de wereld wakker. Plots werd het heel persoonlijk. Een kledingstuk dat wij dragen, kan leiden tot de dood van iemand anders.

Een outfit meer of minder is niet onschuldig. Deze sector raast door aan een moordend tempo. In vergelijking met dertig jaar geleden kan je steeds meer kleren kopen voor steeds minder geld. Wie betaalt daar de werkelijke prijs voor?

De arbeidsomstandigheden in kledingfabrieken, zo leren de rampen ons, zijn allesbehalve om naar huis te schrijven. Kledingarbeiders werken lange dagen in steeds dezelfde houding, vaak zonder pauze, voor een mager loon.



Hoe ontoereikend die wedde is, bleek uit de loonprotesten in het najaar van 2023. In Dhaka kwamen duizenden arbeiders op straat om een betere soldij te vragen. Het was namelijk geleden van 2018 dat de minimumlonen aangepast waren aan de levensduurte. Vijf jaar later verdienen arbeiders nog steeds 70 euro (8300 taka) per maand. Internationale vakbonden en organisaties zoals de Schone Kleren Campagne eisten minstens 195 euro (23.000 taka). Een werkelijk leefbaar loon, zo berekende de Asia Floor Wage, zou eigenlijk ruim het dubbele moeten zijn: zij stellen 425 euro (51.000 taka) voor als streefdoel. Uiteindelijk werd het minimumloon in november 2023 opgetrokken naar geen 200 of 400 euro, maar 100 euro (12.500 taka).

"We need jobs, but we need them with dignity: wij willen waardig werk, aan leefbare lonen"

— VAKBONDSLEIDSTER KALPONA AKTER

Die volgens de Schone Kleren Campagne 'schandalige' loonsverhoging is er niet zonder slag of stoot verlopen. Minstens vier arbeiders zijn omgekomen tijdens de protesten. Twee van hen zijn lid van de vakbond NGWF, waar de Belgische ngo WSM sterke banden mee heeft. Ruim honderd anderen zijn opgepakt en belandden in de cel. Drie- tot vierduizend arbeiders zijn ontslagen. De kans dat zij opnieuw werk vinden in dezelfde sector is klein, een financiële adering voor hun familie.

TOCH DUURZAAM?

In sterk contrast daarmee staat het beeld dat de Bengalese kledingindustrie zelf wil optrekken van de sector. In september 2023, een maand voor de loonprotesten van start gingen, kwamen tientallen fabrieksbazen uit het Zuid-Aziatische land naar Amsterdam. Het doel van hun expo 'Best of Bangladesh' was het promoten van de productie, die rake klappen gekregen heeft tijdens de covid-19-pandemie. Die wil de werkgeversorganisatie BGMEA weer aanzwengelen. Want, zo luidt hun devies, 'Made in Bangladesh' is juist duurzaam. Huh?

Ook bij de Schone Kleren Campagne heerste er onbegrip. Op het evenement waren namelijk geen vakbonden toegelaten. De activisten noemden het 'een schande'. 'Zolang merken vooral naar



Bangladesh komen voor de lage lonen, zullen fabrieken blijven voorkomen dat arbeiders hogere lonen kunnen afdwingen', zei Christie Miedema, campagnecoördinator van de internationale tak van de ngo. 'Voor merken is het ontzettend belangrijk dat zij hun waardering voor onafhankelijke vakbondsactiviteit bij fabrieken bekendmaken.'

Toch zijn het juist de vakbonden die erop hameren dat 'Made in Bangladesh' nog steeds moet kunnen. Daarover spreekt onder meer vakbondsleider Kalpona Akter zich sterk uit. Akter is een voormalig kindarbeidster en staat aan het hoofd van de organisatie Bangladesh Centre for Worker Solidarity. In 2016 kreeg ze bijzondere erkenning door middel van de Alison des Forges mensenrechtenprijs. Ze kwam reeds meermaals naar ons land in het kielzog van de Schone Kleren Campagne en was een van de sprekers op de online editie van het Fair Fashion Fest uit 2020.

'Ons doel is om meer waardige jobs te creëren', zei Akter toen. 'We leren arbeiders wat die waardigheid juist inhoudt, wat hun rechten zijn, hoe ze hun stem kunnen verheffen, bij welke vakbonden ze kunnen aankloppen. Internationaal voeren we campagne voor veiligheid op het werk, vakbondsvrijheid en leefbare lonen.'

Binnen dat kader roept Akter op om te blijven kopen uit Bangladesh. 'Onthoud dat wij deze jobs nodig hebben', legt ze uit. 'We need jobs, but we need them with dignity: wij willen waardig werk, aan leefbare lonen.' Zomaar wegtrekken uit Bangladesh is bijgevolg geen optie. 'Geen job betekent geen geld. Geen geld betekent geen eten. Door de lage lonen kunnen arbeiders geen spaarpot aanleggen. Ze hebben geen geld om eten te voorzien voor hun families, laat staan dat ze iets zouden overhebben om eventuele dokterskosten te betalen.'

WAARDIG WERK

Wat doen we dan? Achtelooos kleren blijven inslaan, ongeacht de herkomst, is dat wel een goed idee? Het moment dat je tot een aankoop overgaat is juist het moment, volgens Akter, om merken op hun verantwoordelijkheid te wijzen. 'Je kan hen aanspreken om het juiste te doen: een leefbaar loon uitbetalen, zorgen voor veiligheid op het werk en vakbondsvrijheid vrijwaren.'

Waardig werk, vindt ze, komt er immers pas als iedereen zijn steentje bijdraagt. 'Voel je als consument niet schuldig als je verhalen hoort over kledingarbeiders in Bangladesh. Het is niet jouw schuld. Enkel aan je bewustzijn kan je iets doen. Waardigheid komt pas als jij iets doet. Bevraag merken, kom te weten of zij hun arbeiders leefbare lonen uitbetalen, of ze hen goed behandelen.'

Ook toen Kalpona Akter aan de slag was in een fabriek als twaalfjarige, is er ooit brand uitgebroken. 'Gelukkig toen zonder fatale gevolgen', weet ze nog. 'Maar een incident als Rana Plaza staat niet alleen.' Heeft de ramp dan iets veranderd? 'Na de instorting heeft haar vakbondswerk een energieboost gekregen,' zegt ze, 'er was internationaal meer aandacht.'



Die aandacht heeft enkele positieve gevolgen gehad. In vergelijking met buurlanden als Myanmar en India is de veiligheid in fabrieken in Bangladesh er enorm op verbeterd. Zo kwam er een internationaal akkoord, dat simpelweg het 'Akkoord' gedoopt werd, over brand- en bouwveiligheid. Een van de sprekers op de expo Best of Bangladesh was een voormalige bezieler van dat Akkoord. Anders dan bij de expo waren er in dat Akkoord wel degelijk vakbonden toegelaten. Zo was het de eerste keer dat ngo's, vakbonden en merken collectief ijverden naar betere werkomstandigheden, zij het enkel op het vlak van veiligheid en niet op het vlak van lonen of vakbondsvrijheid. Dat was destijds baanbrekend, en blijft het op vandaag nog steeds.

“Je kan merken aanspreken om het juiste te doen: een leefbaar loon uitbetalen, zorgen voor veiligheid op het werk en vakbondsvrijheid vrijwaren”

— VAKBONDSLEIDSTER KALPONA AKTER

Zoals Akter stelt, Rana Plaza was geen geïsoleerd incident. Ook in de fabrieken Tazreen en Ali Enterprises vielen doden. Die laatste ramp voert ons helemaal tot in Pakistan. Dat land komt veel minder onder de aandacht als we het over de kledingindustrie hebben. Toch bevinden zich ook daar heel wat productiefabrieken, en ook komen er veel lompen uit de tweedehandsindustrie uiteindelijk in Pakistan terecht.



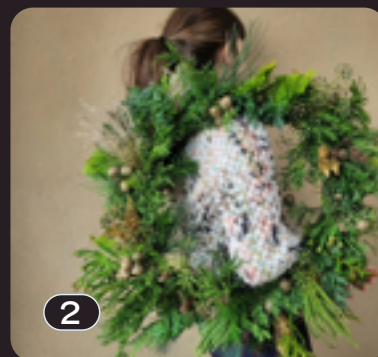
Of we daarmee 'Made in Pakistan' moeten mijden in de plaats van 'Made in Bangladesh'? Dat nu ook niet. Want ook uit Pakistan valt goed nieuws te rapen: eind 2022 kreeg het land zijn eigen Veiligheidsakkoord. Anders dan in Bangladesh maakt vakbondsvrijheid daar wel een integraal deel van uit.

De situatie in fabrieken is nu eenmaal niet zwart-wit. De strijdvaardigheid waarmee Akter en andere activisten zoals zij nuance aanbrengen in het debat en werkelijk naar kledingarbeiders luisteren, zegt daarvoor genoeg. Bij de pakken hoeven wij als consument alleszins niet blijven zitten. 'Want als arbeiders en consumenten samen hun stem verheffen,' eindigt Akter met een smakelijk voorbeeld, 'vormen we samen een soort van sandwich. Die sandwich is nodig om merken het juiste te laten doen. Voel je dus niet schuldig, maar voel je kwaad en gebruik je boosheid om iets aan de situatie te doen.'



Sharing is caring

Ook zot van Fair Fashion? Gebruik de hashtag #GentFairTrade en wie weet verschijnt jouw foto de volgende keer in ons magazine!



- ① @ curiosaco
- ② @ rozemarijn.intothewild
- ③ @ doravantv
- ④ @ dressr.be
- ⑤ @ sundancekitgent

ONTDEK ALLE DUURZAME ADRESJES OP ÉÉN WEBSITE

gentfairtrade.be



Ben je op zoek naar een ecologisch en ethisch kledingstuk? Hunker je naar ingrediënten voor een (h)eerlijk gerecht? Of wil je je inzetten om van Gent een duurzame(re) stad te maken?

Dan is GentFairTrade.be de website voor jou.

Je vindt er de leukste adresjes, wijze activiteiten, wandelroutes, artikels en tips en tricks om een duurzame levensstijl uit te bouwen.

Slow Fashion Forward

Slow Fashion Forward is het gratis duurzame modemagazine van Gent Fair Trade. Ontdek de wijste adresjes, ontmoet de fairste ondernemers en designers en kom alles te weten over de kleding die je draagt.

Krijg je er niet genoeg van? Engageer je als vrijwilliger of stagiair bij Gent Fair Trade en het Fair Fashion Fest.

coverfoto © Victor Pattyn



[gentfairtrade_fairfashionfest](https://www.facebook.com/gentfairtrade_fairfashionfest)

www.gentfairtrade.be