

# Initiatiefnota Kleding

Een nieuw ontwerp voor de kledingindustrie:  
van wegwerpmaatschappij naar circulaire  
economie

Tweede Kamerfractie D66  
Woordvoerder Kiki Hagen  
Vergaderjaar 2022-2023

**D66**



# Inhoudsopgave

<b>Inleiding</b>	<b>3</b>
<b>1. Radicale transparantie in de modewereld</b>	<b>5</b>
Het probleem	5
Wat gebeurt er al?	6
Voorstellen	7
<b>2. Een bredere verantwoordelijkheid voor producenten</b>	<b>10</b>
Het probleem	10
Wat gebeurt er al?	11
Voorstellen	13
<b>3. De strijd aan met microplastics en vervuilende stoffen</b>	<b>15</b>
Het probleem	15
Wat gebeurt er al?	16
Voorstellen	17
<b>4. Écht circulaire ketens</b>	<b>19</b>
Het probleem	19
Wat gebeurt er al?	20
Voorstellen	20
<b>Samenvatting: Beslispunten</b>	<b>22</b>
<b>Europese context</b>	<b>23</b>
<b>Financiële paragraaf</b>	<b>24</b>

# Inleiding

Beelden van rivieren in India die zo vervuild zijn met kleurstoffen dat er geen vis meer in zwemt.<sup>1</sup> Documentaires over de Chileense woestijn waar afgedankte en onverkochte kleding een afzichtelijke afvalberg vormen.<sup>2</sup> Ecosystemen, ernstig vervuild door microplastics die door de productie of bij het wassen van onze kleding in het water terecht komen.<sup>3</sup> Het is slechts het topje van de ijsberg van de impact van de kledingindustrie op onze planeet. De kledingindustrie is door het gebruik van toxische chemicaliën en het enorme beslag op grondstoffen namelijk één van de meest vervuilende industrieën ter wereld. Met 10% van de wereldwijde CO<sub>2</sub>-uitstoot is het zelfs vervuilender dan de lucht- en scheepvaart bij elkaar.<sup>4</sup>

Terwijl onze planeet een steeds hogere prijs betaalt voor onze consumptiepatronen, groeit de honger naar mode. Kleding consumptie is sinds 2000 meer dan verdubbeld.<sup>5</sup> In Nederland verschijnen jaarlijks een miljard nieuwe kledingstukken die we gemiddeld 7 keer dragen.<sup>6</sup> Wereldwijd gooien we jaarlijks 5348 miljoen kilogram textiel weg. Slechts 1% textiel wordt gerecycled.<sup>7</sup> Dat zijn omgerekend 764 000 vuilniswagens aan kostbare grondstoffen die we weggooien en daarmee verbranden of dumpen. Overproductie is bovendien de standaard, waardoor grote delen kleding wel geproduceerd, maar nooit verkocht worden. Maar liefst 6% van de gemaakte kleding, blijft onverkocht en wordt weggegooid.<sup>8</sup>

Een deel van de oplossing is dat consumenten minder en duurzamere kleding kopen. Maar kun je als consument in een wereld die ingericht is op verleiding en beïnvloeding, waar valse duurzaamheidsclaims overal op de loer liggen, nog wel een eerlijke kledingkeuze maken? Zolang (fast fashion) merken zoveel mogelijk tegen zo weinig mogelijk produceren en

---

1 Business Insider. (2018). India's holy Ganges River is devastatingly polluted, yet provides drinking water for over 400 million people — here's what it looks like. Verkrijgbaar via: <https://www.businessinsider.nl/photos-indias-ganges-river-pollution-2018-1?international=true&r=US>.

2 NRC. (2022). Het verwoestende spoor van de wegwerpmode eindigt in de Chileense woestijn. Verkrijgbaar via: <https://www.nrc.nl/nieuws/2022/03/08/het-verwoestende-spoor-van-de-wegwerpmode-eindigt-in-de-chileense-woestijn-a4098517>.

3 De Franco et al. (2019). The contribution of washing processes of synthetic clothes to microplastic pollution. Verkrijgbaar via: <https://www.nature.com/articles/s41598-019-43023-x>.

4 Qantis. (2018). MEASURING FASHION: Environmental Impact of the Global Apparel and Footwear Industries Study, [measuringfashion\\_globalimpactstudy\\_full-report\\_quantis\\_cwf\\_2018a.pdf](#).

5 VPRO Tegenlicht. (2018). Future Fashion. Verkrijgbaar via: <https://www.bnnvara.nl/joop/artikelen/we-dragen-onze-kleding-gemiddeld-nog-maar-7-keer>.

6 Milieu Centraal. (2022). Zo schaadt kleding het milieu. Verkrijgbaar <https://www.milieucentraal.nl/bewust-winkelen/kleding/zo-schaadt-kleding-het-milieu/#:~:text=Ook%20in%20Nederland%20blijft%20het,kledingstukken%20per%20persoon%20per%20jaar.>

7 Ellen Macarthur Foundation. (2017). A New Textiles Economy: Redesigning Fashion's Future. Verkrijgbaar via: <https://ellenmacarthurfoundation.org/a-new-textiles-economy>, pagina 20.

8 Rebel Group. (2020). Ongebruikt textiel: Onderzoek naar de wijze waarop de textielketen omgaat met ongebruikt en nieuw textiel. Verkrijgbaar via: <https://open.overheid.nl/repository/ronl-a34602ee-de11-454a-a40a-897f876426b6/1/pdf/eindrapport-omgang-textiel.pdf>.

daarmee elke verantwoordelijkheid voor de impact op natuur, mens en dier mijden, trekken duurzame alternatieven aan het kortste eind. Dus is er werk aan de winkel, zodat de niche de norm wordt.

In een circulaire economie maken we kleding op een manier waarbij het zo lang mogelijk meegaat en grondstoffen hergebruiken. Hiervoor moeten we kleding maken met zorg voor onze leefomgeving, natuur en biodiversiteit. Dat betekent zonder schadelijke chemicaliën en niet-hernieuwbare fossiele grondstoffen en dus mét hernieuwbare grondstoffen die een positieve bijdrage leveren aan onze biodiversiteit, zoals vlas of hennep, of gerecycled materiaal. Omdat kledingmerken transparant zijn over waar kleding vandaan komt, hoe het is gemaakt en onder welke omstandigheden, kopen we onze kleding op een bewuste wijze. We dragen deze kleding vervolgens zo lang mogelijk: als we het niet meer mooi vinden of passen, verkopen we het op de tweedehandsmarkt of sturen we het terug naar het bedrijf om opnieuw te verhuren. Als een kledingstuk echt op is, recyclen we het tot een nieuw kledingstuk of ander hoogwaardig textielproduct, waardoor een trui weer een trui wordt en we zo min mogelijk nieuwe grondstoffen delven.

We zijn op dit moment helaas nog ver verwijderd van deze circulaire textielindustrie. Fast fashion is de huidige norm. Dit bedrijfsmodel is gericht op een consumptiecultuur waarin consumenten vaak en veel goedkope kleding kopen die ze slechts een korte tijd dragen en dan afdanken. De omslag naar een circulaire economie vraagt een actieve rol van de overheid om dit soort modellen te ontmoedigen en een eerlijk speelveld te maken voor circulaire en duurzame koplopers. Deze nota bevat een reeks voorstellen voor een overheid die actief bouwt aan een kledingindustrie die past binnen een circulaire economie. Deze voorstellen bouwen aan wat voor ons de randvoorwaarden zijn van een circulaire economie: radicale transparantie, een bredere verantwoordelijkheid voor producenten, een einde aan microplastics en toxische stoffen en steun aan duurzame koplopers.

De focus in deze nota ligt op de transitie naar een circulaire economie voor de kledingindustrie, binnen Nationaal en Europees grondgebied. Om tot deze nota te komen heeft de initiatiefnemer het afgelopen jaar gesprekken gevoerd met verschillende koplopers in de circulaire economie - van inzamelaars van gebruikt textiel, textielvezel recyclaars tot modemerken en ontwerpers die het toonbeeld zijn van circulaire ondernemerschap. Veel dank voor jullie tijd en inzicht in de grootste uitdagingen. Mede dankzij jullie waardevolle input is deze initiatiefnota tot stand gekomen. We hopen met deze voorstellen jullie missie van een duurzame circulaire textielindustrie dichterbij te brengen en jullie inzet de standaard te maken.



# 1. Radicale transparantie in de modewereld

## Het probleem

“Deze broek is gemaakt van duurzaam katoen”, of “Gemaakt met gerecycled plastic!”. We zien allemaal wel eens dit soort duurzaamheidsclaims bij modemerken. Maar wat betekent ‘duurzaam’ katoen? En mag een merk stellen dat een broek gemaakt met gerecycled plastic daadwerkelijk gerecycled is als slechts één procent van de hele stof bestaat uit gerecyclede plastic flessen? Helaas gaat het bij 40-60% van de claims om *greenwashing*: claims waarmee bedrijven zich duurzamer voordoen dan ze in werkelijkheid zijn.<sup>9</sup>

In de modewereld komt *greenwashing* heel vaak voor. In mei 2021 schreef de Autoriteit Consument en Markt (ACM) 70 modemerken aan, omdat ze misleidende claims maakten.<sup>10</sup> Ook buiten de modewereld komt het voor. Uit een recent onderzoek van de Europese Commissie blijkt dat er bij 42% van de 344 van de onderzochte claims reden was om aan te nemen dat claims misleidend of zelfs onterecht zijn. 37% van de claims was vaag en daardoor moeilijk te ontkrachten.<sup>11</sup> Als bedrijven worden gepakt op *greenwashing* zijn de boetes laag: toen twee grote multinationals met miljarden dollars omzet recent op de vingers werden getikt voor *greenwashing*, was de straf een vrijwillige bijdrage van €500.000 aan een goed doel. Van één van deze bedrijven was dit nog geen 0,003% van de jaarlijkse omzet.<sup>12</sup>

Het bewijs voor duurzaamheidsclaims is vaak twijfelachtig. Er zijn veel keurmerken actief in de modewereld die merken helpen om claims te bewijzen, maar omdat er geen wettelijke regels zijn voor het oprichten of het beheren van een keurmerk, kan dat valse claims opleveren. ACM waarschuwde dit jaar voor misbruik van keurmerken voor duurzaamheidsclaims.<sup>13</sup> Tenslotte mogen merken zelf kiezen welke informatie ze wel of niet delen, waardoor vaak alleen de mooie verhalen worden verteld.<sup>14</sup>

---

9 Eileen Fisher (2022). Hey Fashion Report: the Fashion Waste Crisis and How to Solve it. Pagina 10. Verkrijgbaar via: <https://www.heyfashion.org/report>.

10 Autoriteit Consument en Markt. (2021). <https://www.acm.nl/nl/publicaties/acm-vervolgt-actie-tegen-misleidende-duurzaamheidsclaims-de-kledingbranche>

11 Europese Commissie. (2021). Screening of websites for ‘greenwashing’: half of green claims lack evidence. Verkrijgbaar via: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP\\_21\\_269](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_21_269).

12 ACM. (2022). Decathlon en H&M zullen consumenten voortaan beter informeren over duurzaamheid. Verkrijgbaar via: <https://www.acm.nl/nl/publicaties/decathlon-en-henm-zullen-consumenten-voortaan-beter-informeren-over-duurzaamheid>.

13 Autoriteit Consument en Markt. (2022). Wetgever aan zet consument met betrouwbare informatie te helpen duurzame keuzes te maken. Verkrijgbaar via: <https://www.acm.nl/nl/publicaties/wetgever-aan-zet-consument-met-betrouwbare-informatie-te-helpen-duurzame-keuzes-te-maken>.

14 Fashion Revolution. (2020). Fashion Transparency Index. Verkrijgbaar via: <https://www.fashionrevolution.org/about/transparency/>.

Het gevolg van deze praktijken is een wirwar van incomplete, verwarrende en misleidende informatie. Voor consumenten levert dit een groot probleem op: voor 78% van de consumenten speelt duurzaamheid wel een rol bij het aankopen van een product.<sup>15</sup> Maar het is een breder probleem: merken blijven er zo mee weggelopen dat ze niets doen voor de duurzaamheid, mens- en diervriendelijkheid van hun producten. Dit levert een oneerlijk speelveld op voor de bedrijven die wél transparant zijn over hoe en waar hun kleding gemaakt wordt en welke impact het heeft op milieu.

## Wat gebeurt er al?

*Greenwashing* is al verboden in Nederland en Europa en zelfs strafbaar. In Nederland bestaat hiervoor sinds 2020 een leidraad met vijf vuistregels: de claim moet concreet zijn, onderbouwd en actueel, vergelijkingen met andere bedrijven moeten eerlijk zijn, productspecifiek, en mogen geen verwarrende keurmerken, kleuren of beelden bevatten die het product duurzamer laat voorkomen dan het eigenlijk is.<sup>16</sup>

De leidraad is een goede start, maar gaat niet alle problemen tegen. Een claim over een product kan eerlijk en onderbouwd 'duurzaam' zijn, zonder dat een product daadwerkelijk duurzaam is. Denk bijvoorbeeld aan de claim 'is gemaakt met 5% gerecycled plastic'. Om wat voor gerecycled plastic gaat het hier? En als dat bijvoorbeeld PET-flessen zijn, is dat dan de meest duurzame toepassing? Er zijn veel duurzamere toepassingen voor die oude PET-flessen, zoals nieuwe PET-flessen. Het gebruik van PET in kleding maakt kleding moeilijker te recycleren.<sup>17</sup> Omdat er nog geen duidelijke leidraad is in het veld over wat precies *duurzaam* is, is de leidraad eigenlijk nog incompleet. Door het ontbreken van nationale regels over keurmerken is het lastig vast te stellen of een claim onafhankelijk onderbouwd is en werkt een keurmerk verwarrend.

Wat ook tot verwarring leidt is dat bedrijven veel informatie nog niet hoeven delen. Bijvoorbeeld over wat er gebeurt met teruggestuurde kleding. Ook hoeven bedrijven bijvoorbeeld niet te delen hoe dicht ze zijn bij het behalen van een bedrijfsbreed doel zoals 58% gerecycled materiaal in 2030. Daardoor kunnen zij bepaalde doelen uitspreken, zonder dat er een harde stok achter de deur bestaat om het doel te halen. Dit kan consumenten de misleidende indruk geven dat een bedrijf op de goede weg is.

---

<sup>15</sup> Zie noot 12.

<sup>16</sup> ACM. (2020). Leidraad Duurzaamheidsclaims. Verkrijgbaar via: <https://www.acm.nl/sites/default/files/documents/leidraad-duurzaamheidsclaims.pdf>.

<sup>17</sup> Wolkat. (2021). <https://wolkat.com/nl/news/waarom-recyclet-pet-niet-de-oplossing-is-voor-de-textielindustrie>.

Gelukkig heeft de Europese Commissie afgelopen jaar een veelbelovend voorstel gedaan om de bestaande wetgeving aan te scherpen. Zo mogen brede, vage containerbegrippen als 'duurzaam' straks niet meer gebruikt worden. Voor elke claim moet onafhankelijk bewijs aan worden geleverd en worden er eisen aan certificeringsschema's en keurmerken gesteld, zodat de wildgroei aan keurmerken stopt. Kledingstukken worden voorzien van een productpaspoort dat consumenten, verwerkers en andere spelers in de keten vertelt hoe en waarvan een kledingstuk is gemaakt. Informatie over de levensduur van een product moet worden gedeeld, zodat consumenten een eerlijke afweging kunnen maken bij aanschaf.<sup>18</sup>

Alhoewel we veel verwachten van het voorstel van de Europese Commissie en de implementatie ervan met open armen ontvangen, zijn er nog een aantal zaken die we anders zouden willen zien. Zo is een productpaspoort niet erg toegankelijk voor consumenten. Ook vinden we het belangrijk dat bedrijven niet meer zelf mogen kiezen welke informatie ze wel en niet willen delen. Tenslotte missen we in het EU-voorstel informatie-eisen voor onverkochte kleding, zoals voor de kleding die wordt teruggestuurd na online aankopen.

## Voorstellen

D66 doet daarom de volgende aanvullende voorstellen:

1. **Bepaal wat (on)'duurzaam' is.** Bewuste greenwashing tegengaan betekent dat in eerste instantie heldere keuzes over wat wel en niet duurzaam is. Het begrip duurzaamheid is op dit moment breed en wordt door iedereen anders geïnterpreteerd. Is het gebruik van gerecyclede plastic PET-flessen bijvoorbeeld duurzaam of niet? En is een kledingstuk van niet-biologisch katoen of gerecycled polyester duurzamer, als het oorspronkelijk gemaakt is van fossiele materialen? Dit wordt onvoldoende concreet gemaakt in de EU Textile Strategy. Alhoewel duurzaamheid überhaupt een complex begrip is, kan de afbakening van wat duurzaam is gestart worden met bepalen wat in elk geval niet duurzaam is. Dat betekent bijvoorbeeld kleding die gemaakt wordt van nieuwe (virgin) fossiele materialen bestempelen als onduurzaam, of kleding waarin heel veel verschillende materialen worden gemixt, omdat deze vaak lastig te recyclen zijn. Door te investeren in een gestandaardiseerde set aan eisen voor wat duurzaam is, kan een duidelijker richting aan handhavers op greenwashing

---

<sup>18</sup> Europese Commissie. (2022). Circular Economy: Commission proposes new consumer rights and a ban on greenwashing. Verkrijgbaar via: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip\\_22\\_2098](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_2098).

worden meegegeven. Richting wordt meegegeven aan bedrijven over welke kant ze (niet) op moeten. Omdat technieken continu groeien, zou zo'n set een levend document moeten zijn. Het belangrijkste is dat de wetenschap hierbij leidend is: door middel van een wetenschappelijke toetsing, kan worden gekeken wat wordt toegevoegd en wat moet worden aangepast.

2. **Stel eisen aan de informatievoorziening van bedrijven.** Op deze manier kunnen op bedrijfsniveau merken beter met elkaar vergeleken worden. Alhoewel het productpaspoort zoals de Commissie nu overweegt een bijdrage levert aan de transparantie van hoe duurzaam een product is, is het ook nuttig om te weten hoe duurzaam het bedrijf als geheel is. Als een bedrijf maar één duurzame lijn heeft maar voor de rest heel veel slechte dingen op de markt brengt, kan het alsnog misleidend zijn voor een consument. Het is daarom belangrijk dat over een aantal zaken duidelijk inzicht wordt gegeven:

1. Voortgangseisen op gestelde duurzaamheidsdoelen;
2. Groei in productie per jaar (relevant om uit af te kunnen leiden wat het productiemodel is van een bedrijf);
3. Recyclebaarheid van producten en hoeveelheid post-consumer gerecycled product dat gebruikt wordt;
4. Volume van aantal niet verkochte kledingstukken per jaar en een omschrijving van hun bestemming (verkocht aan outlets; tweedehandsplatforms of herverkoop).

Op zowel Europees als nationaal niveau bestaan al meerdere rapportageverplichtingen en initiatieven, zoals neergelegd in de Corporate Sustainability Reporting Directive. Daarnaast lopen een aantal wetgevingstrajecten rondom IMVO. Om te voorkomen dat duurzame bedrijven worden geconfronteerd met meer administratieve zaken, moet hierop zo goed mogelijk worden aangesloten.

Ook willen we dat de Nederlandse overheid start met pilots met het productpaspoort in de textielindustrie. Zo kan de implementatie van het Europese voorstel versneld worden.

3. **Een Eco-score op kleding.** Digitale productpaspoorten zijn belangrijk voor veel spelers in de keten zoals recyclers, maar vragen veel actieve interesse en onderzoek van consumenten en zijn daarmee niet klantvriendelijk. Naast het productpaspoort is het dus goed als er een score wordt ontwikkeld die consumenten in één oogopslag



laat zien hoe duurzaam een kledingstuk geproduceerd is en hoe lang het meegaat. De nutri-score zoals deze voor de gezondheid van voedsel wordt gebruikt, is hierbij een interessante oplossing, omdat de lay-out erg simpel en klantvriendelijk is. In Frankrijk en België, en zelfs in sommige winkels in Nederland, wordt voor voedingsproducten al met zo'n Eco-core gewerkt. Als de duurzaamheidsrichtlijnen en het productpaspoort zijn uitgewerkt, moet dit wat D66 betreft direct vertaald worden naar een soortgelijk klantvriendelijk systeem als de Eco-score dat de consument in één oogopslag laat zien hoe duurzaam een kledingproduct is. Hierbij geven we ook aan dat de score nooit perfect kan zijn: duurzaamheid is een complex onderwerp en onderhevig aan verandering. Door het gebruik van levenscyclusanalyses die de hele levenscyclus van een product meenemen, kan duidelijkheid worden geschept.

4. **Hogere boetes op greenwashing.** Toen de ACM in september van dit jaar Decathlon en de H&M op de vingers tikte voor het maken van misleidende claims, hoefden de bedrijven slechts respectievelijk €400.000 en €500.000 af te dragen. Op een omzet van bijna 19 miljard per jaar, is dit minder dan 0,003% van de omzet. Om het onaantrekkelijk te maken om aan greenwashing te doen, moeten hier veel hogere boetes op komen, bijvoorbeeld 1% van de jaarlijkse winst.
5. **Een aanpak van keurmerken.** Ook voor de wildgroei aan keurmerken moet de Nederlandse overheid al, vooruitlopend op de EU, actie ondernemen. De staatssecretaris moet het ACM verzoeken hier onderzoek naar te verrichten. Wat D66 betreft zou een top 10 aan keurmerken een goede eerste stap zijn.
6. **Een informatieplicht over het retourbeleid van winkels.** Als consumenten online kleding bestellen moeten zij een pop-up krijgen met informatie over wat er gebeurt met kleding die zij terugsturen. Veel consumenten weten nu niet dat kleding die teruggestuurd wordt vaak niet terug in de handel belandt. Een jurk in twee maten bestellen is handig, maar kent grote gevolgen omdat deze veelal niet meer verkocht, maar afgedankt wordt. Van kledingbestellingen ging in 2020 maar liefst 34% van alle bestellingen terug.<sup>19</sup> Door de informatieplicht wordt de consument zich bewuster van het lot van producten die ze terugsturen, en wordt voorkomen dat kleding zomaar vernietigd wordt, zoals in het verleden wel vaker is gebeurd.<sup>20</sup> De eis moet gelden

---

19 Volkskrant (2021). Bijna de helft van mensen die online winkelen sturen in 2020 iets terug, en dat valt mee. Verkrijgbaar via: <https://www.volkskrant.nl/economie/bijna-de-helft-van-mensen-die-online-winkelen-stuurde-in-2020-iets-terug-en-dat-valt-mee~b7564cc4/?referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F>.

20 Avrotros. (2021). Kleren retourneren? Grote kans dat jouw pakje wordt vernietigd. Verkrijgbaar via: <https://radar.avrotros.nl/nieuws/item/kleren-terugsturen-grote-kans-dat-jouw-pakje-in-de-verbrandingsoven-belandt/>.

voor alle bedrijven die in Nederland kleding verkopen.

## 2. Een bredere verantwoordelijkheid voor producenten

### Het probleem

Een hemd van €10 dat je drie keer kunt dragen voordat je het weg moet gooien omdat het kapot is, een vervaagde kleur heeft of niet meer trendy is. Helaas is dit de afgelopen decennia steeds vaker het bedrijfsmodel van grote modeconcerns. Naar schatting wordt tegenwoordig meer dan de helft van de kledingstukken binnen een jaar na aankoop al weggegooid.<sup>21</sup> Van die weggegooid kleding wordt naar schatting minder dan 1% hoogwaardig gerecycled.<sup>22</sup>

Wegwerpmode of fast fashion bedrijfsmodellen spelen dit soort gedrag in de hand. Dat gaat ten koste van onze planeet. Fast fashion kledingproductie verbruikt een groot deel van grondstoffen en door de korte levenscyclus gaan deze grondstoffen snel verloren. Naar schatting wordt bijvoorbeeld voor katoen op dit moment 2,5% van al de bruikbare landbouwgrond ter wereld gebruikt, waarvoor veel schadelijke pesticiden en kostbaar drinkwater wordt gebruikt.<sup>23</sup> Fast fashion creëert door de lage kwaliteit en vluchtig gebruik bovendien veel afval: gemiddeld wordt er wereldwijd elke seconde een vrachtwagen met oud textiel verbrand of op de vuilstort gedumpt.<sup>24</sup> Ongeveer 62% hiervan komt in het gemeentelijk afval terecht, wat betekent dat de consument zowel bij aanschaf als bij het weggooien van kleding, voor het product betaalt.<sup>25</sup>

Één van de redenen dat een fast fashion businessmodel dit soort problemen veroorzaakt, is omdat modemerken enerzijds niet verantwoordelijk zijn voor waar hun kleding terechtkomt en anderzijds geen kwaliteitsgaranties hoeven af te geven. Modemerken kunnen daarom kleding

---

21 McKinsey. (2016). Style that's sustainable: A new fast fashion formula. Verkrijgbaar via: <https://www.mckinsey.com/business-functions/sustainability/our-insights/style-thats-sustainable-a-new-fast-fashion-formula>.

22 Zie noot 8, pagina 20.

23 Zie noot 8, pagina 38.

24 Zie noot 8, pagina 37.

25 Joint Research Centre. (2021). Circular Economy Perspectives in the EU Textiles Sector. Verkrijgbaar via: <https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC125110>.

van een gemiddelde tot slechte kwaliteit verkopen, zonder volledig verantwoordelijkheid te dragen voor de (milieu)problemen of kosten die het met zich meebrengt als kleding eenmaal in een van de kledingbakken of in de gemeentelijke vuilnisverwerking terecht komt. Merken zijn dus niet verantwoordelijk voor de manier waarop hun kleding geproduceerd wordt en ook niet wat er mee gebeurt als kleding wordt afgedankt, tenzij zij intrinsiek gemotiveerd zijn om deze verantwoordelijk wél te nemen.

## Wat gebeurt er al?

Met hun strategie voor duurzaam textiel heeft de Europese Commissie recent aangekondigd om dit soort bedrijven verantwoordelijk te houden. Bijvoorbeeld door het stellen van ontwerpeisen die ervoor moeten zorgen dat kleding langer meegaat en een verplichte hoeveelheid gerecycled materiaal bevat (hoeveel staat nog niet vast). Ook wordt gewerkt aan een verbod op de vernietiging van kleding die reikt tot over de Europese grens. Tenslotte worden nog richtlijnen ontwikkeld voor een Uitgebreide Producentenverantwoordelijkheid (UPV) voor textiel in Europa. Onder een UPV-schema zijn producenten verantwoordelijk voor de gehele levenscyclus van hun product, omdat ze een heffing moeten betalen voor de verwerking van het afval dat hun product kan genereren, en worden gehouden aan afvalinzamel- en recycling doelen. Door de heffingen afhankelijk te maken van de duurzaamheid en herbruikbaarheid van het oorspronkelijke product, worden merken geprikkeld om kritisch te kijken naar hoe circulair hun producten zijn.<sup>26</sup> Helaas kan het nog wel even duren voordat de plannen van de Europese Commissie werkelijkheid zijn. Het wetgevingsproces in de Europese Unie kan soms wel vijf jaar of langer duren. Het is ook nog geen gelopen race: in het proces naar de implementatie van de nieuwe wetgeving, wordt vaak nog veel water bij de wijn worden gedaan omdat andere lidstaten het er bijvoorbeeld niet mee eens zijn.

Nederland heeft zich tot nu toe ambitieus opgesteld over de Europese plannen. Er ligt zelfs vooruitlopend op het voorstel van de Commissie al een concreet plan dat is afgestemd met de sector om tot een UPV voor textiel te komen, met doelstellingen voor hoeveel kleding ingezameld en (hoogwaardig) gerecycled moet worden. Ook wordt de eis gesteld dat er geld moet worden gestopt in een innovatiefonds voor bijvoorbeeld nieuwe recycle technieken.<sup>27</sup>

Er zijn een aantal tekortkomingen aan het Nederlandse voorstel. Het grootste probleem van dit UPV voorstel is dat het producenten te weinig prikkelt om kritisch te kijken naar hun

---

<sup>26</sup> Europese Commissie. (2022). EU strategie voor duurzaam en circulair textiel. Verkrijgbaar via: [https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:9d2e47d1-b0f3-11ec-83e1-01aa75ed71a1.0006.02/DOC\\_1&format=PDF](https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:9d2e47d1-b0f3-11ec-83e1-01aa75ed71a1.0006.02/DOC_1&format=PDF).

<sup>27</sup> Ontwerpbesluit uitgebreide producentenverantwoordelijkheid textiel. (2022). Verkrijgbaar via: [https://www.tweedekamer.nl/kamerstukken/brieven\\_regering/detail?id=2022Z08189&did=2022D16518](https://www.tweedekamer.nl/kamerstukken/brieven_regering/detail?id=2022Z08189&did=2022D16518).

ontwerpproces. In de praktijk pakt het UPV proces minder circulair uit dan het bedoeld was. Producenten betalen een standaard bedrag aan een gezamenlijk fonds dat de inzameling en verwerking regelt, vaak met gemeenten, maar er is weinig samenwerking met andere spelers in de keten. Dat terwijl zij nuttige feedback kunnen geven over een beter ontwerpproces, zodat het recyclen of hergebruiken van kleding ergens anders in de keten makkelijker en goedkoper wordt.<sup>28</sup> De voorgestelde heffing van een paar cent per kilo verkochte kleding, is te laag om de hoge kosten van een goede recycling keten en het investeren in duurzame innovaties voor betere recycling te dekken. De hoogte van het bedrag en de differentiatie van dit bedrag voor duurzame en niet-duurzame producten is bovendien onvoldoende motiverend om het productieproces te verduurzamen. Als bedrijven die vooral nog fossiele materialen gebruiken een even hoge heffing moeten betalen als bedrijven die biologische of gerecyclede materialen gebruiken, biedt de UPV geen extra prikkel om hierin te investeren. Deze ontwikkeling is waarneembaar bij de UPV verpakkingen, waarbij het fonds oploopt, maar de ontwerpen en hoogwaardige recycling nagenoeg uitblijft.

De producentenverantwoordelijkheid beperkt zich bovendien tot de eigen landsgrens. Dit is te kortzichtig; veel kleding gaat op dit moment naar het buitenland voor de tweedehands markt. Waar het leidt tot de vervanging van eerstehands kleding is dit goed, maar door de steeds slechter wordende kwaliteit van kleding, wordt er ook steeds meer kleding verscheept die beter onder de noemer 'afval' dan 'tweedehands kleding' valt. Dat kan eindigen in landen als Ghana of Chili, waar de kleding alsnog verbrand of gedumpt wordt. Op deze plekken ontstaan grote vuilstorten met een grote milieu impact.<sup>29</sup> Alhoewel dit volgens Europese regels technisch gezien al niet mag, wordt de wetgeving omzeild door kleding onterecht als tweedehands kleding aan te merken in plaats van als afval.<sup>30</sup> De wereld áchter de kledingbak verdient ook de verantwoordelijkheid van de producent.

Tenslotte is het plan nog niet allesomvattend. Zo lijken er bij de eco-design richtlijn nog geen eisen te worden opgesteld aan hoe de verschillende materialen gemaakt worden en hoe herbruikbaar ze zijn. De combinaties van materialen die gebruikt worden (herbruikbare materialen als katoen of linnen, of synthetische stoffen op basis van olie) zeggen veel over de footprint van een kledingstuk, maar hoe die materialen gemaakt worden en welk type landbouw ervoor gebruikt wordt (biologisch of niet-biologisch), zijn belangrijke elementen in een circulaire kledingketen. Ook worden er geen duidelijke uitspraken gedaan over materialen

---

<sup>28</sup> Universiteit Utrecht. (2022). White Paper over transitiepaden voor een uitgebreide producentenverantwoordelijkheid op weg naar een circulaire economie. Verkrijgbaar via; 'White paper' over Transitiepaden voor uitgebreide producentenverantwoordelijkheid op weg naar een circulaire economie (uu.nl).

<sup>29</sup> Zie noot 2.

<sup>30</sup> Zie noot 23, pagina 15.

die gemaakt worden van fossiele brandstoffen als aardolie. Synthetische stoffen zijn op dit moment de meest gebruikte stoffen in kleding. Willen we op termijn van fossiele brandstoffen af, dan moeten ook hier duidelijk uitfaseringsplannen voor komen.

## Voorstellen

D66 doet daarom de volgende voorstellen:

1. **Een ambitieuze Eco-design richtlijn.** Alhoewel de Eco-design richtlijn al erg veelomvattend is, neemt de richtlijn de oorsprong en aard van materialen onvoldoende mee. Denk hierbij aan de vorm van landbouw die is gebruikt voor het katoen (biologisch of niet-biologisch), en voor hernieuwbaar (katoen) of niet-hernieuwbaar (polyester) materiaal. Omdat in een circulaire economie de voorkeur wordt gegeven aan hernieuwbare bronnen, moet de Eco-design richtlijn inzetten op dat er zoveel mogelijk materialen van een hernieuwbare oorsprong worden gebruikt, waarbij de productie ook verantwoord is. Denk aan zo min mogelijk tot geen pesticide en chemicaliën, en zo min mogelijk water gebruik. Dit betekent een uitfasering van materialen die een niet-gerecyclede fossiele oorsprong hebben. Nederland moet hier in Europa enthousiast pleitbezorger van zijn.
2. **De Uitgebreide Producentenverantwoordelijkheid (UPV) voor textiel gebruiken om circulariteit écht aan te moedigen.** Dat betekent:
  - Met producenten in de UPV pilots draaien voor een levenslang recht op kledingreparatie voor consumenten, waardoor kleding veel langer mee kan gaan.
  - De tarieven kostendekkend maken, om hoogwaardig te kunnen inzamelen en recycleren. Hierin moet onder andere worden meegenomen: 1) de kosten voor herstel of bredere toepassingen zijn die kunnen worden gedaan om kleding opnieuw te kunnen dragen/verkopen; 2) de prijs van de meest hoogwaardige (vezel-tot-vezel-) recycling; 3) de kosten voor innovaties in nieuwe recycle technieken; en 4) de verantwoordelijkheid voor de kosten van textiel dat nog steeds in het restafval eindigt. Het bedrag moet vastgesteld worden door een onafhankelijke partij.;
  - Een sterke differentiatie in de tarieven die bedrijven moeten betalen, waarbij bedrijven die de meest hernieuwbare of hoogwaardig gerecyclede materialen gebruiken, of bedrijven die zelf al veel inspanningen doen om producten hoogwaardige nieuwe levens te geven, het laagste tarief krijgen;



- Een actievere rol van de Rijksoverheid als gespreksleider aan tafel bij het fonds dat het geld van de heffingen uit de UPV beheert;
- Een formele rol voor andere ketenspelers zoals de gemeente, waardoor zij meer invloed en zeggenschap krijgen over hoe het geld besteed wordt;
- Een jaarlijkse kennisuitwisseling moet plaatsvinden, georganiseerd door de UPV-fondsen, tussen spelers op een andere plek in de keten, zoals ontwerpers en recyclers, ook in Europees verband;
- Actievere communicatie over de mogelijkheid om een vrijstelling te krijgen van de heffing als een bedrijf zelf een 100% gesloten keten heeft weten te organiseren en aan alle eisen voldoet.

Daarnaast vallen op dit moment schoenen niet binnen de UPV-textiel. D66 wil dat hier ook alvast aan gewerkt wordt.

3. **Inzetten in grootschalig onderzoek naar waar kleding vanuit Nederland heen wordt gestuurd.** Op dit moment wordt afgedankte kleding vaak vanuit Nederland naar andere landen in Europa of buiten Europa gestuurd voor de tweedehands markt. Dit is een goede bestemming als het de aanschaf van nieuwe kleding in die landen kan voorkomen. Helaas eindigt kleding op de vuilstort in dit soort landen, waar het een grote milieu impact veroorzaakt. Dit geldt zeker voor kleding van een lage kwaliteit, die onterecht wordt bestempeld als 'geschikt voor de tweedehands markt'. Er bestaan op dit moment heel weinig studies naar de export van tweedehands kleding en waar het terecht komt. Als we in de toekomst producenten verantwoordelijk willen houden voor de kleding die verdwijnt uit Europa, is dit een groot probleem. We willen daarom dat Nederland en de EU investeren in onderzoek naar de handelsstromen van textiel: waar het heen gaat, waar het terecht komt, welke milieu impact het heeft, en welke 'replacement factor' het heeft. Vervangt het eerstehands kleding in deze markt? Dit onderzoek moet gebruikt worden om strategische partnerschappen te sluiten met deze landen, om handelsstromen vooral te richten op landen waar tweedehands kleding welkom en nodig is en deze landen te helpen met het verwerken van de afvalstromen van de kleding die daar reeds beland is en toch ongewenst blijkt.

# 3. De strijd aan met microplastics en vervuilende stoffen

## Het probleem

De kledingindustrie is één van de meest vervuilende industrieën ter wereld. De onderzoeken lopen uiteen van de op-één-na meest vervuilende industrie tot een impact die niet in te schatten valt. Alleen de olie industrie zou nog vervuilender zijn. Deze olie wordt helaas ook weer gebruikt voor de productie van kleding. De manier waarop we omgaan met kleding, de kwaliteit van de kleding en de manier waarop we kleding produceren dragen allemaal bij aan de gigantische impact die kleding heeft op onze leefomgeving en ons milieu.

De meeste kleding die wordt geproduceerd (69%), is gemaakt met synthetische vezels, vezels die gemaakt worden uit een kunstmatige grondstof.<sup>31</sup> Hiertoe behoren veelgebruikte stoffen als Polyester, Nylon, Acryl, Fleece en Elastaan. Bij het wassen van deze kleding komen kleine plastic deeltjes vrij die via de wasmachine, droger en de afvoer uiteindelijk in onze oceanen terechtkomen. Onderzoek heeft aangetoond dat ongeveer 35% van de primaire microplastics die eindigen in onze oceaan afkomstig is van het wassen van onze kleding.<sup>32</sup> Microplastics zijn kleine plastic deeltjes die veelal in het milieu en uiteindelijk in onze oceanen terechtkomen. Deze microplastics zijn niet biologisch afbreekbaar en komen als gevolg daarvan terecht in ons milieu. Deze microplastics vormen vervolgens een bedreiging voor kleine organismen als zooplankton. Deze kleine zee organismes zien het plastic aan voor voedsel. Via de voedselketen komt het plastic dat mensen in de zee lozen terug in de bloedbanen van de top van de voedselketen, en uiteindelijk ook in de mens. Over de directe gevolgen die dit heeft voor onze gezondheid is nog weinig bekend.

Naast microplastics worden er bij de productie van kleding ook veel chemicaliën gebruikt die vervolgens terechtkomen in ons water, onze bodem en onze natuur. Bij de productie van kleding worden veel chemicaliën gebruikt om stoffen te bewerken. Dit gaat bijvoorbeeld om oplosmiddelen, chroom, bleek of andere chemicaliën. Alles bij elkaar zou het gaan om meer dan 8.000 verschillende soorten chemicaliën, waarvan het gebruik in de textielindustrie goed is voor ongeveer 25% van het totale chemicaliën verbruik wereldwijd.<sup>33</sup> Deze giftige stoffen

---

31 Changing Markets (2021), Synthetics Anonymous, [https://changingmarkets.org/wp-content/uploads/2021/07/SyntheticsAnonymous\\_FinalWeb.pdf](https://changingmarkets.org/wp-content/uploads/2021/07/SyntheticsAnonymous_FinalWeb.pdf) .

32 IUCN, 2017, Primary Microplastics in the Oceans: a Global Evaluation of Sources, 2017-002-En.pdf (iucn.org)

33 Sew Dynamic Fabrics, Textile Pollution – Sew Dynamic Fabrics

leiden tot grote schade aan de natuur, ons milieu en onze leefomgeving in de vorm van watervervuiling en afname van biodiversiteit. Deze schade aan ecosystemen, leefomgeving en de gezondheid van mensen en dieren komt hoofdzakelijk terecht in de armste delen van de wereld, waar regels en wetgeving het milieu, de natuur en de gezondheid van mensen in de steek laten.

## **Wat gebeurt er al?**

### *Microplastics*

Het gebruik van synthetische vezels in textiel is verdubbeld ten opzichte van het jaar 2000. Als dit zo doorgaat, zal dit aandeel stijgen tot bijna driekwart van de totale wereldwijde vezelproductie in 2030.<sup>34</sup> Aangezien de grootste hoeveelheid microplastics vrijkomt bij de eerste vijf tot tien wasbeurten, heeft fast fashion, dat meer gebruik maakt van synthetische vezels op basis van fossiele grondstoffen, een grote impact op verontreiniging door microplastics. Elk jaar komen alleen al uit het afvalwater van wasmachines tot 40.000 ton synthetische vezels vrij. De Europese Commissie is voornemens de verschillende fasen van de levenscyclus waarin synthetische vezels in het milieu vrijkomen aan te pakken door een reeks preventie- en reductie maatregelen te treffen. De Europese Commissie stelt daarvoor bindende ontwerpvereisten (verordening betreffende ecologisch ontwerp voor duurzame producten) voor die ervoor moeten zorgen dat er door anders weven of breien van polyester garens minder plastics vrij komen. Daarnaast wordt gewerkt aan een initiatief om het onopzettelijk in het milieu vrijkomen van microplastics aan te pakken. Dit initiatief wordt verwacht in de tweede helft van 2022.

Naast productontwerp zullen de maatregelen gericht zijn op productieprocessen, voorwassen in industriële productiefaciliteiten, etikettering en de bevordering van innovatieve materialen. Andere opties zijn wasmachine filters die de bij het wassen vrijkomende hoeveelheid microplastics met wel 90% kunnen verminderen, het opstellen van richtsnoeren voor niet agressieve wasmiddelen, onderhoud en wassen, de afvalbehandeling van textielafval aan het einde van de levensduur, en regelgeving voor een betere behandeling van afvalwater en zuiveringsslib.<sup>35</sup>

---

<sup>34</sup> Fossil Fashion, The hidden reliance of fast fashion on fossil fuels, februari 2021, FOSSIL-FASHION\_Web-compressed.pdf (changingmarkets.org)

<sup>35</sup> EU-strategie voor duurzaam en circulair textiel, 30-03-2022, resource.html (europa.eu)

## Chemicaliën

De aanwezigheid van gevaarlijke stoffen in textielproducten die in de EU in de handel worden gebracht, waarvan er ongeveer 60 als kankerverwekkend, mutageen of giftig voor de voortplanting worden beschouwd, is een bron van zorg die de Commissie in het kader van de Reach-verordening aanpakt. Bovendien zal de Commissie, zoals aangekondigd in de strategie voor duurzame chemische stoffen, de industrie ondersteunen om de zorgwekkende stoffen in textielproducten die in de EU in de handel worden gebracht zo veel mogelijk te vervangen en anderszins tot een minimum te beperken. Dit gebeurt door criteria op te stellen voor chemische stoffen en materialen die door hun ontwerp veilig en duurzaam zijn. Dit is in overeenstemming met de acties ter verbetering van de bescherming van werknemers die aan gevaarlijke stoffen worden blootgesteld, zoals gedefinieerd in het strategisch EU-kader voor gezondheid en veiligheid op het werk 2021-2027. Het streven om alle verontreiniging bij de productie van textiel tot nul terug te dringen, ligt ook ten grondslag aan de herziening van de richtlijn inzake industriële emissies en de lopende herziening van het referentiedocument voor de beste beschikbare technieken (BBT-referentiedocument) in de textielindustrie.

## Voorstellen

D66 doet daarom de volgende voorstellen:

1. **Stel regels op voor het voorwassen van textiel.** De grootste hoeveelheid microplastics komt vrij bij de eerste paar wasbeurten. Om de verantwoordelijkheid zo veel mogelijk te houden bij de producent van de kleding moeten zij verplicht de kleding/stoffen een aantal keer voorwassen in industriële wasmachines met een filter voor microplastics. Zo blijft de verantwoordelijkheid waar hij hoort en voorkomen we een groot gedeelte van het vrijkomen van microplastics als het gevolg van het wassen van kleding.
2. **Ontwikkel een industriestandaard voor vezelverlies.** Op dit moment bestaat er geen industriële standaard voor het meten van vezelverlies. Hierdoor is het moeilijk vergelijken en is verdere actie tegen vezelverlies lastig. Daarom moet het gesprek met de industrie worden opgezocht om te komen tot een standaard voor vezelverlies. Deze kan vervolgens onderdeel uitmaken van de Eco-score.
3. **Stel een maximum in voor vezelverlies.** Duurzame kleding gaat lang mee. Dat betekent dat er richting kledingproducenten een maximum gesteld moet worden aan het aantal vezels dat een kledingstuk verliest per wasbeurt. Hierdoor wordt hoofdzakelijk de verantwoordelijkheid gelegd bij de producent in plaats van de

consument. De gestandaardiseerde testmethode moet ervoor gaan zorgen dat er meer duidelijkheid komt over de kwaliteit van kleding op het gebied van vezelverlies. Daarnaast zou vezelverlies ook een onderdeel moeten uitmaken van de Eco-score zoals eerder voorgesteld in deze nota.

4. **Verplicht wasmachine filters.** Veel van de microplastics komen vrij bij het wassen van kleding. Hoewel de verantwoordelijkheid ligt bij de kledingproducent, moeten we ook aan de achterkant zo veel mogelijk zien te voorkomen dat microplastics via onze wasmachines in onze leefomgeving terecht komen. Daarom stellen we voor dat filters vanaf 2025/2027 verplicht worden ingebouwd in wasmachines (in Frankrijk is dit vanaf 2025 verplicht). Fabrikanten van wasmachines zullen vanaf dat moment worden verplicht om filters in te bouwen in hun wasmachines. Deze filters kunnen tot wel 90% van de microplastics die vrijkomen bij een wasbeurt afvangen. Ook kan het gebruik van losse filters (voor reeds aangeschafte wasmachines) onder de aandacht gebracht worden bij consumenten. Volgens recent onderzoek zouden naast wasmachines ook wasdrogers bijdragen aan het vervuilen van het milieu met microplastics.<sup>36</sup> Aanvullend onderzoek is nodig om te bepalen of ook voor wasdrogers een verplichte filter zou moeten gaan gelden om zo ons milieu te beschermen.
5. **Neem het gebruik van chemicaliën op in de Eco-design richtlijn.** Door chemicaliën op te nemen in de Eco-design richtlijnen geven we producenten een duidelijk signaal dat ook chemicaliën op de radar staan. Daarnaast kan er een duidelijk kader worden meegegeven voor wat betreft chemicaliën bij de productie van kleding. Zo beperken we de effecten van chemicaliën op de natuur en leefomgeving in kledingproducerende landen.

---

<sup>36</sup> American Chemical Society, 12-01-2022 Microfibers Released into the Air from a Household Tumble Dryer (acs.org)



# 4. Écht circulaire ketens

## Het probleem

Op dit moment werken de meeste bedrijven in de modewereld met een lineair bedrijfsmodel. Dat betekent dat de kleren gemaakt worden van nieuwe materialen, verkocht worden en daarna na een aantal keer dragen door een consument worden weggegooid. Kleding en -diensten worden in een prijs concurrerende markt geproduceerd tegen een zo laag mogelijke prijs. Dit heeft grote impact op de lonen, het gebruik van materiaal, de manier van produceren en de kwaliteit van de kledingstukken. Alles moet tegen een zo laag mogelijke prijs: een race naar de bodem.

De keten is niet gesloten: zodra het kledingstuk verkocht is, heeft de producent geen binding meer met het specifieke product. Omdat de grootste motivatie van dit soort bedrijfsmodellen is om zoveel mogelijk producten te verkopen is de productie, de marketing en de verkoopstrategie hier ook op aangepast. Er worden elk seizoen wel één tot 52 nieuwe collecties uitgebracht en door sale na sale worden consumenten gestimuleerd om zoveel mogelijk te kopen om bij te blijven met de laatste trends.

Het kan ook anders. Steeds vaker werken bedrijven met circulaire bedrijfsmodellen. Duurzame circulaire ondernemers nemen wél verantwoordelijkheid voor de lonen, de kwaliteit van het product, de impact op het milieu en het afvalmanagement. Bedrijfsactiviteiten zijn zo georganiseerd dat er zoveel mogelijk waarde gehaald kan worden uit één product. Er zijn verschillende circulaire bedrijfsmodellen. Sommigen werken bijvoorbeeld door kleding niet te verkopen, maar in plaats daarvan te verhuren of te leasen, zodat kleding zo vaak mogelijk gedragen wordt. Ook een product zo ontwerpen zodat het goed te repareren en te recyclen is, kan onderdeel zijn van een circulair business model. Een ander voorbeeld is dat het product volledig composteerbaar is. De tweedehands markt is een goede manier om kleding zo lang mogelijk mee te laten gaan en zo veel mogelijk te dragen. Tenslotte zijn er duurzame ondernemers die van ontwerp tot recycling betrokken zijn bij hun product en de consument volledige inzage geven in het productieproces.

Ondanks dat deze bedrijfsmodellen veelbelovend zijn in het verminderen van de klimaat- en milieu impact van onze kleding, gaat het helaas nog vaak om een nichemarkt. Voor veel circulaire bedrijven is opschalen en concurreren in een gigantische modemarkt lastig, doordat enerzijds de kennis en kunde van de textielindustrie in Nederland en Europa vaak niet

meer voldoende aanwezig is en anderzijds er maar beperkte maak- en recycle capaciteit in de buurt beschikbaar is.<sup>37</sup> Ondanks dat Nederland van oudsher een vooraanstaand textiel land was, maar de kennis en kunde in de strijd om een zo laag mogelijke prijs, naar het buitenland verdwenen is.

Onderzoek laat zien dat maar liefst 40% van de bedrijven in Europa aangeven te worstelen met een tekort aan geschoolde vakmensen, waarbij een specifieke vraag is naar mensen die gespecialiseerd zijn in ecologisch ontwerp, de ontwikkeling van vezels, reparatie en hergebruik.<sup>38</sup> Omdat de kosten van arbeid voor het inzamelen en sorteren van kleding hoog zijn, is het lastig concurreren met bedrijven die dit niet hoeven te doen.

## Wat gebeurt er al?

Gelukkig zijn er al veel stappen gezet om deze visie realiteit te maken. Binnen het Beleidsprogramma circulair textiel 2020-2025 heeft de Nederlandse overheid de Dutch Circular Textile Valley opgezet, een platform met verschillende maatschappelijke actoren, bedrijven en organisaties die allemaal samenwerken om de transitie naar een circulaire textielketen te versnellen. Ook in Europa worden veel mooie plannen voorbereid: er worden aanbevelingen voorbereid voor lidstaten om gerichte investeringen te doen en andere stimuleringsmaatregelen te treffen om circulaire bedrijven te helpen, er komt wetgeving aan om het speelveld eerlijk te maken door middel van strengere regels voor reguliere bedrijven, en er wordt op Europese schaal geïnvesteerd in onderzoek en innovatie op het gebied van duurzame mode. Ook wordt gewerkt aan een groot Europees plan om vakmanschap in de sector te stimuleren, door investeringen in bijvoorbeeld om- en bijscholing.<sup>39</sup> Toch zijn er nog veel obstakels. Bestaande wet- en regelgeving, zoals de wettelijke definitie van afval, zitten soms nog in de weg van circulaire bedrijven. De beschikbaarheid van secundaire materialen zoals gerecycled materiaal is vaak nog onvoorspelbaar en noodzakelijke recycle innovaties zijn beperkt beschikbaar. De kosten van arbeid zijn hoog, en de financiële prikkels om te recyclen of iets nieuws met een gebruikte grondstof te doen, zijn niet altijd voldoende.<sup>40</sup>

---

37 European Environment Agency. (2021). Business Models in A Circular Economy. Verkrijgbaar via: <https://www.eionet.europa.eu/etcs/etc-wmge/products/etc-wmge-reports/business-models-in-a-circular-economy>.

38 The European Apparel and Textile Confederation. (2021). Which skills companies need from their workforce. Verkrijgbaar via: <https://euratex.eu/news/which-skills-companies-need-from-their-workforce/>.

39 Zie noot 23, pagina 13.

40 Versnellingshuis Nederland Circulair. (2022). Rode Draden Notitie: De 8 grootste belemmeringen voor bedrijven die circulair ondernemen. Verkrijgbaar via: <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/rapporten/2022/02/01/bijlage-1-rode-draden-notitie-2022-van-versnellingshuis>.

## Voorstellen

D66 doet daarom de volgende aanvullende voorstellen:

1. **Ruim baan aan kennis en investeringen voor circulaire bedrijfsmodellen.** De bestaande inzet op het ondersteunen van circulaire bedrijfsmodellen moet worden geïntensiveerd. Er wordt nog meer geïnvesteerd in kennisplatformen en samenwerkingsverbanden, en de overheid dient zich aan als een partner in het navigeren en verkrijgen van financieringsmogelijkheden. Er wordt een gestandaardiseerde norm gesteld voor circulaire bedrijven zodat financiële instellingen financieringsvoorwaarden kunnen bepalen en hiermee een onderscheid kunnen maken tussen oude en nieuwe circulaire bedrijfsmodellen. Bij het ruim baan geven aan kennis en hulp aan circulaire bedrijfsmodellen hoort ook het faciliteren van randzaken zoals recyclebedrijven helpen met brandverzekeringen. In Nederland is het erg lastig om je als recyclebedrijf te laten verzekeren tegen brand. Nederlandse verzekeraars zijn hier huiverig voor, waardoor partijen moeten uitwijken naar verzekeraars in Duitsland of Engeland. De overheid moet hier een bemiddelende rol op zich nemen.
2. **Belemmerende wet- en regelgeving onder de loep nemen:** Dat betekent onder andere dat er een nieuwe definitie van afval moet komen, zodat kostbare grondstoffen niet meer weg worden gegooid als er ook een duurzame toepassing voor te vinden is. Ook kijken we naar waar bestaande wet- en regelgeving lineaire bedrijfsmodellen juist een oneerlijk voordeel geeft, zoals bij regels voor uitverkoop. In 2025 moeten alle wet- en regelgeving die belemmerend of oneerlijk voordeel geven zijn opgelost.
3. **In Europees verband kijken naar het introduceren van een belasting op nieuw 'virgin materiaal'.** Op dit moment zijn nieuwe grondstoffen even duur als gerecyclede materialen. Hierdoor bestaat geen fiscale prikkel om duurzamere alternatieven te gebruiken. Om marktverstoringen te voorkomen, moet in Europees verband worden gekeken hoe dit aangepakt kan worden.

# Samenvatting: Beslispunten

Samenvattend vraagt de initiatiefnemer de Kamer in te stemmen om de minister van Economische Zaken en Klimaat en de staatssecretaris van Infrastructuur en Milieu te verzoeken de volgende acties te ondernemen:

1. Bepaal wat (on)'duurzaam' is.
2. Stel eisen aan de informatievoorziening van bedrijven.
3. Ontwikkel een Eco-score op kleding.
4. Introduceer hogere boetes voor greenwashing.
5. Pak de wildgroei aan keurmerken aan.
6. Kom met een informatiebeleid voor retourproducten.
7. Stimuleer een ambitieuze Eco-design richtlijn, met eisen aan de oorsprong van producten en een afbouwpad voor textiel gemaakt van virgin fossiele materialen.
8. Gebruik de uitgebreide producentenverantwoordelijkheid (UPV) voor echt circulaire productie, met dekkende tarieven en een duidelijke ketenregie.
9. Voorkom dumping in derde landen door grootschalig onderzoek naar de stromen van ongebruikt en tweedehands textiel binnen en buiten Europa.
10. Kom met regels voor het voorwassen van textiel.
11. Ontwikkel een industriestandaard voor vezelverlies en stel hierbij een maximum in.
12. Verplicht wasmachinefilters en onderzoek of dit voor wasdrogers ook moet.
13. Neem chemicaliëngebruik op in de Eco-design richtlijn.
14. Geef ruim baan aan circulaire businessmodellen met actieve hulp van de overheid.
15. Neem belemmerende wet- en regelgeving onder de loep, met onder andere een nieuwe definitie van afval.
16. Heroverweeg belastingen op virgin materiaal ten opzichte van gerecycled materiaal in een Europees verband.

# Europese context

In de EU staan alle seinen op groen om als Nederland ambitieus aan de slag te gaan met deze plannen. De Europese textielstrategie geeft een duidelijk mandaat voor de toekomst en D66 is ontzettend verheugd dat de Commissie deze veelomvattende visie heeft neergelegd. Veel van de voorstellen in deze nota sluiten aan bij wat er door de Commissie wordt voorgesteld.

Dat er nu in Europa plannen liggen, betekent wat D66 betreft niet dat we moeten afwachten totdat deze worden geïmplementeerd. Omdat de implementatie van de Europese strategie nog jaren kan duren, moet Nederland zelf en met kopgroepen bezien waar een koplopersrol voordeel heeft, bijvoorbeeld op het gebied van investeringen, het stellen van eisen aan informatie die wordt aangeleverd en het implementeren van een ambitieuze UPV. In Europa moet Nederland een ondersteunende rol spelen voor de plannen van de Commissie: inzetten op het aansterken van de bestaande ambities met gelijkgestemde landen, zorgen dat andere landen de ambities niet verzwakken, en laten zien dat het beleid werkt door te rapporteren over de eigen ervaringen met het beleid.

Omdat de voorstellen vrijwel allemaal aansluiten op de Europese textielstrategie, verwachten wij dat er weinig botsingen zijn met de Europese interne regels.



# Financiële paragraaf

Een aantal van deze voorstellen hebben financiële consequenties. De financiële consequenties voor de overheid zijn relatief beperkt, omdat het gaat om onderzoeksvoorstellen en normering.

Voor bedrijven leveren de voorstellen een aantal lastenverzwaringen op:

1. De heffing van de UPV gaat generiek omhoog. Dit wordt vastgesteld door een onafhankelijke partij, en gaat op basis van kostendekkendheid voor inzamelaars en recyclers. De kosten liggen bij kledingproducenten.
2. Voor bedrijven die geen circulaire kleding ontwerpen, gaat de heffing die moet worden betaald onder de UPV verder omhoog dan de generieke stijging voor alle bedrijven. Zij zorgen immers ook voor hogere kosten voor recycling. Hoeveel hoger de heffing precies zal zijn, hangt af van de mate van differentiatie.
3. Het verplichten van filters voor wasmachines leidt tot een kostenpost voor producenten. Bestaande filtersystemen die 90% van de microplastics tegenhouden zijn op de commerciële markt voor ongeveer €60 te koop. Dit moet zo min mogelijk worden doorberekend naar klanten. In 2020 werden in Nederland 726.000 wasmachines verkocht.<sup>41</sup> Als de volledige €60 wordt doorberekend aan consumenten, dan levert dat een kostenstijging voor consumenten van in totaal €43 miljoen op.
4. Het stellen van strengere producteisen levert hogere productiekosten op voor bedrijven op de kortere termijn. Dit kan op de korte termijn helaas worden doorberekend aan de consument. Daar staat tegenover dat de consument kleding koopt van een betere kwaliteit, waardoor deze langer mee kan gaan en minder nieuwe kleding gekocht hoeft te worden.
5. Het principe dat de vervuiler betaalt wordt steviger toegepast. Producten met een grotere negatieve milieu-impact worden zwaarder belast voor bedrijven en consument, terwijl duurzame producten gestimuleerd worden. De precieze lastenverzwaring/-verlichting per bedrijf/consument is nader te bezien na het onderzoek in Europees verband.

---

<sup>41</sup> Applia Nederland (n.d.). Jaarcijfers 2021. <https://applianederland.nl/geen-categorie/applia-nederland-jaarcijfers-2021-de-gekke-is-eraf/>.