



Eerlijke **KATOEN** wat kun je doen?

De zomer komt eraan. Tijd voor t-shirts en andere kleding van katoen. Waar moeten we op letten bij de aanschaf van onze nieuwe zomergarderobe?

Katoen is een stof die we graag dragen, zeker op zweterige zomerdagen. T-shirts zijn in deze tijden kledingstuk nummer 1. Met de productie van katoen is veel mis. Het milieu lijdt onder het gebruik van enorme hoeveelheden water en bestrijdingsmiddelen. Katoenplukkers worden ziek van het gebruikte gif en kleine boeren krijgen slechte prijzen voor hun oogst. En wat te

denken van de arbeidsomstandigheden in menig textiel fabriek? Reden genoeg dus om bij het aanschaffen van onze garderobe extra stil te staan bij de herkomst ervan. Maar dat valt niet mee. Wie katoenen kleding wil kopen die op een eerlijke en duurzame wijze is geproduceerd, moet een goede speurneus zijn. Het spul is intussen wel in kledingrekken van populaire winkelketens te

vinden, maar één cijfer spreekt boekdelen: het marktaandeel van biokatoen is wereldwijd nog slechts 0,2 procent.

Puzzel

Wat kun je als consument doen om de productie van schone, eerlijke katoen te stimuleren? Daar begint de puzzel. Waar hecht je de meeste waarde aan: eerlijke handel of duurzame productie? Je hebt



BEELD Kuyichi

Maar er is meer: Naast de bio-variant heb je ook fairtrade-katoen. Daarin draait het om een fatsoenlijke prijs die boeren voor hun product krijgen. Moeilijkheid voor de consument: niet alle katoen die via fairtrade tot ons komt, is ook biologisch verbouwd. En andersom. “We kunnen kleine boeren die niet-biologisch telen toch moeilijk een goede prijs onthouden,” zegt Van Weert. “Je ziet wel steeds meer fairtrade-boeren ook biologisch telen. Maar wil je als consument zeker weten dat een kledingstuk zowel biologisch als fairtrade is, dan moeten beide certificaten erop staan.” Op welk keurmerk moet je letten? Wie goed hout wil kopen, let op het FSC-certificaat met het gestileerde boompje. Maar ga je op zoek naar een vertrouwd logo voor katoen, dan zie je tussen de bomen al snel het bos niet meer. Biokatoen kan het keurmerkje dragen van (onder meer) Parkdale, TTI, Control Union, EKO

Aandeel 'groene' kleding groeit

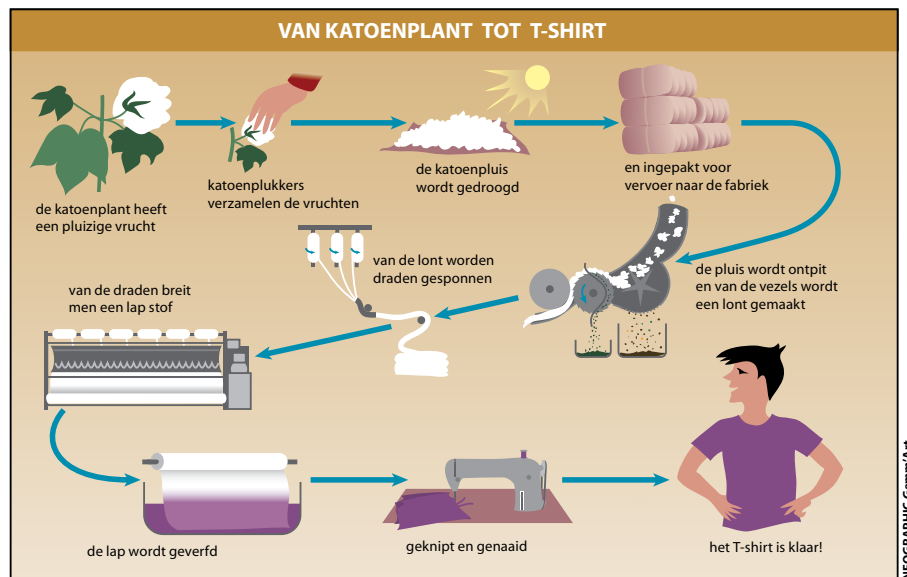
of Demeter. Fairtrade-spullen dragen bijvoorbeeld het logo van Max Havelaar of de Fair Labor Association. “Dit blijft een lastig verhaal,” erkent Marian van Weert. “We zouden graag komen tot een eenduidig keurmerk, maar dat is heel moeilijk.” Eén ding weet je als consument wel zeker: staat in een kledingstuk niets bijzonder vermeld, dan heb je

Hennep

Als alternatief voor katoen zijn ook andere vezels in opkomst. Er wordt al kleding gemaakt van brandnetel, soja en bamboe. In de modewereld is ook het gebruik van hennep in opmars. Maar voor al deze nieuwkomers op de kledingmarkt geldt dat ze nog moeilijker zijn te vinden dan biologische of fairtrade-katoen. Meer informatie op: www.brennels.nl www.mobboa.com www.theearthcollection.com www.riannedewitte.nl

géén biokatoen in handen. Of onderweg van plantage naar kledingwinkel sprake was van eerlijke handel blijft dan nog gissen. Van Weert: “Het is vaak een kwestie van vragen stellen. Heb je een favoriet merk spijkerbroek, informeer dan in de winkel of bij het merk hoe het met de productie is gesteld. Hebben ze geen antwoord? Doorvragen! En met een groep sta je nog sterker.” Het goede nieuws is dat het aandeel van ‘groene’ kleding in de winkelrekken groeit. Lag de nadruk bij de eerste producenten heel erg op de verantwoorde herkomst, nu draait het vooral om de mode. Van slordige shirts tot kekke kleding, waarvoor je op straat niet hoeft te schamen. “En daar zit ▶

biokatoen, die wordt verbouwd zonder chemische bestrijdingsmiddelen. “Kleine boeren hoeven daarin minder te investeren, wat hen ook minder afhankelijk maakt. Zij bestrijden ongedierte en ziektes nu op natuurlijke wijze, wat beter is voor de grond en het milieu,” zegt Marian van Weert, ICCO’s katoenspecialist. Van Weert zet zich in om de toegang van kleine boeren tot internationale markten te vergemakkelijken.



INFOGRAPHIC Gemm'Art

dan ook nog een biologisch tintje aan,” licht Van Weert toe. Goed voorbeeld is winkelketen C&A, die dit jaar 12,5 miljoen kledingstukken van biokatoen wil afzet-

De consument is aan zet

ten. “Ze prijzen die kleding nu nog apart aan, maar C&A verwacht dat het gemeengoed wordt.”

Nike timmert aan de weg om meer sportkleding van biokatoen te maken. Het Britse Marks&Spencer wil dit jaar in zijn warenhuizen 22 miljoen ‘groene’ kledingstukken afzetten. Dichter bij huis hangen

De lijst met merken en winkels die kleding van biokatoen produceren en verkopen, wordt elke week langer. C&A, Hema en H&M zijn de belangrijkste winkelketens. Bij de producenten met biokatoen in hun collectie zien we onder anderen: Kuyichi, Espresso, Next, Howie's, Gap, Hess Natur, Disney, Greensource, Stella McCartney, People Tree, Levi Strauss en Sissy Boy. Let op een logo dat de biologische productie vermeldt!

Wie zoekt naar kleding van fairtrade-katoen moet meer moeite doen. “Londen staat er bol van, maar in Amsterdam kom je uit bij de winkel van Floortje Dessing: Nukuhiva,” legt Van Weert uit. People Tree is de bekendste naam met kleding van katoen voor een eerlijke prijs. Max Havelaar vraagt binnenkort met een campagne aandacht voor fairtrade katoen. Meer informatie daarover is te vinden op: www.maxhavelaar.nl. Andere nuttige websites die achtergronden geven over de herkomst van kleding zijn: www.made-by.nl, www.kledingchecker.nl, www.groenhetnieuwezwart.nl, www.fairwear.nl en www.organicexchange.org.



BEELD Pilgrimm Pictures / Max Havelaar

H&M en Hema steeds meer biokatoen in de rekken, vooral verwerkt in onderkleding. “Waar het om gaat,” zegt Marian van Weert, “is dat winkels steeds meer spullen van biokatoen inkopen. Dat doen ze als de vraag ernaar toeneemt. De consument is dus aan zet.”

Consumenten

ICCO ondersteunt katoenboeren in India, Mali, Benin, Burkina Faso, Paraguay en Nicaragua. Van Weert: “We geven ze technische assistentie, helpen ze bij het omschakelen naar biologische teelt en de certificering.” Samen met Organic Exchange helpt

ICCO ook bij het zoeken naar nieuwe afzetmogelijkheden. “Het marktaandeel verdubbelt elk jaar en dat is goed,” zegt Van Weert. “Maar het is nog onvoldoende.”

Ze doet daarom, met de zomer voor de deur, een warme oproep. Consumenten, wij dus, zullen de kledingzaken en -fabrikanten steeds meer moeten vragen naar verantwoord geproduceerd katoen. “In Engeland gaat dat heel goed, in Nederland komt het eraan. Consumenten zijn zich hier wel bewust van hun rol en tonen zich ook bereid om ‘groene’ kleding aan te schaffen. Maar die aankoop stellen ze toch steeds een dagje uit. Dat moet veranderen.” ■