

Schriftelijke inbreng WEAR - Rondetafelgesprek Kansen en Uitdagingen Verduurzaming Kledingindustrie – 9 maart 2023

WEAR: wie zijn wij?

WEAR verkoopt pre-loved sneakers. Dat zijn sneakers die zijn weggegooid, door ons gerefurbisht zijn en een nieuw binnenzooltje bevatten. Daarnaast bieden we sneaker cleaning- en reparatiediensten aan voor consumenten. Zo verlengen we de levensduur van de sneakers die de consumenten al heeft. Hiermee verminderen we de fashion afvalberg en CO2-uitstoot. Bij WEAR werken tevens mensen met onbenut arbeidspotentieel die bij ons hun talenten kunnen ontdekken en ontwikkelen.

WEAR is in 2021 opgericht met als missie de mode-industrie meer duurzaam, circulair en inclusief te maken. Dat doen we door onze [grote zichtbaarheid online](#), onze samenwerkingen met partners als [De Bijenkorf](#) én met onze [fysieke winkel](#), te midden van het commerciële geweld, in het centrum van Rotterdam.

Op [onze productielocatie](#) in Rotterdam Zuid verwerken we maandelijks duizenden kilo's afgedankte sneakers die o.a. van onze partners [Reshare Leger Des Heils](#) en [Sympany](#) komen. De sneakers worden schoongemaakt en het binnen zooltje vervangen (van gerecycled materiaal). Zo zijn ze klaar voor een tweede leven. Hiermee zorgen we ervoor dat wat er nog is, weer een keer gedragen kan worden (reuse). Bovendien houden we deze afvalstroom van sneakers in Nederland en maken we daar positieve impact mee.

Met ons proces creëren we werkgelegenheid voor een kwetsbare doelgroep. Rotterdam is de armste gemeente van Nederland. Hier zijn op sociaal gebied de grootste uitdagingen en daarom ook veel kansen. Maatschappelijk participeren is belangrijk voor de gezondheid, het zelfvertrouwen en de professionele ontwikkeling van individuen. Wij bieden op onze productielocatie een veilige omgeving voor een breed scala aan doelgroepen. Zij kunnen bij ons hun talenten ontdekken en ontwikkelen met als doel door te stromen naar de arbeidsmarkt. Onze productielocatie is sinds augustus 2022 operationeel en hebben 4 mensen aan een betaalde baan geholpen en 4 mensen door kunnen laten stromen naar ons partners netwerk.

Reduce, reuse & recycle.

De eerste échte circulaire koploper was Ad Lansink, voormalig Nederlands politicus. Hij bedacht in 1979 een hiërarchische structuur voor het beheren en verwerken van afval. In deze afvalhiërarchie heeft preventie van afval de eerste voorkeur en het storten van afval de minste voorkeur. In hetzelfde jaar diende Lansink zijn idee in als motie en deze werd op 13 november 1979 unaniem aangenomen door de Tweede Kamer. In 1993 werd de motie ingebouwd in de Wet milieubeheer.

Door de jaren heen heeft de afvalhiërarchie de bekende naam "Ladder van Lansink" gekregen. In 2008 werd de Ladder opgenomen in de [Europese Kaderrichtlijn Afvalstoffen](#). Om onze [Nederlandse circulaire ambities](#) te halen zullen we steeds hoger op de ladder moeten klimmen.

Onze schoonmaak- en reparatiediensten dienen als preventieve oplossing. We motiveren de consument langer met de producten te doen die ze al dragen. Onze pre-loved sneakers, de

afgedankte tweedehands sneakers, worden eerst nog een keer gedragen (hergebruik) voordat ze worden gerecycled naar nieuwe grondstof.

We zien helaas bij producenten zoals Nike, Adidas en Puma dat recycling de voorkeur heeft (derde op de ladder). Er verdwijnen in Nederland honderdduizenden gloednieuwe, ongedragen sneakers in recycling processen omwille van gemak maar bovenal, merkbescherming. Veel consumenten zijn hier niet van op de hoogte.

Uitdaging om de keten transparanter te maken.

In het gesprek over de uitdagingen van de vervuulende mode-industrie ontstaat er altijd een driehoek tussen consument, producent en overheid.

Voor de consument is het belangrijk inzicht te krijgen in de productieketen. Transparantie ontbreekt hier namelijk. Veel consumenten zijn niet op de hoogte van de negatieve gevolgen van hetgeen dat zij kopen en dragen van de grote producenten als Zara, H&M en Nike. Wij dragen bij aan die transparantere en duurzamere keten door consumenten te informeren en een duurzamer alternatief te bieden.

Wij zien helaas ook dat duurzaamheid en circulariteit vaak alleen voor de elite is. Het is simpelweg duurder omdat het vaak lokaal geproduceerd is met duurdere grondstoffen en processen. De uitdaging is om een duurzaam alternatief voor iedereen te kunnen bieden, ongeacht je inkomen of opleiding. Onze tweedehands producten zitten qua prijs onderaan de markt en zijn dus bereikbaar voor een grote groep. We geloven dat hergebruik (een tweedehands alternatief) een duurzame keuze toegankelijk kan maken.

Met de steeds lagere prijzen op nieuwe kleding van retailers zoals Primark, is het lastig om te concurreren met een tweedehands product. Daarbij is het BTW-tarief op nieuwe producten hetzelfde als op tweedehands producten. Dit tarief is haalbaar op nieuwe producten waar marges veel beter zijn maar niet op tweedehands producten. Om hergebruik (tweedehands) te stimuleren in Nederland hebben we een ander BTW-tarief nodig op tweedehands producten. Zo kan tweedehands concurreren met nieuw, kunnen gezondere marges behaald worden en daarmee ondernemers stimuleren.

Wetgeving zou moeten zorgen dat producten die geproduceerd zijn om gedragen te worden ook echt gedragen worden en niet in de verbrandingsoven terecht komen omwille van overproductie, merkbescherming of gemak. Als we afstort lijsten inzichtelijk maken geeft dit ook inzicht voor de consument en kan dat stimuleren om meer bewustere keuzes te maken. Dit zal uiteindelijk ook de producenten dwingen te kijken naar duurzamere alternatieven.

Omgaan met consumenten stromen van “end of life” kledingstukken speelt ook een grote rol in een duurzamere kledingindustrie. De UPV is hier een mooie start van, helaas behoren schoenen daar niet toe. Wij kijken wel naar de mogelijkheden om hierin te kunnen faciliteren voor schoenproducenten en retailers.