

De schone shopper

Hoe schoon is uw garderobe? Wie niet uitkijkt, riskeert heel wat smerigheid in huis te halen. Oplossing? Lokaal en duurzaam shoppen. Bijvoorbeeld bij een van deze drie fijne labels.

tekst KATRIEN HUYSENTRUYT beeld TIM COPPENS

Eerste heikel punt: hoe definieer je ‘lokaal’? Met de ‘Ik koop Belgisch’-campagne labelt Flanders DC (de vzw die Vlaamse creatieve ondernemers ondersteunt) winkels waar we Belgische kleding kunnen vinden. Heel mooi, vindt Griet Depoorter van artisanal breigoedmerk Wolvis. Maar ook verwarrend: “Want wat wil dat label nu eigenlijk zeggen? Is het ontworpen in België of geproduceerd? Komen de grondstoffen van hier? Ik merk dat het nogal makkelijk wordt gebruikt, wat de concurrentie oneerlijk maakt. Zelf doe ik veel moeite om in België te produceren. Naar Portugal trekken, zou de productieprijs doen dalen waardoor ik duurdere grondstoffen zou kunnen gebruiken. Het is een bewuste keuze om dat niet te doen: ik wil zelf de productie kunnen overzien. Helaas is daar geen specifiek label voor.”

Jasmien Wynants, project manager bij Flanders DC, werpt op dat er voor zowel ecologische als sociale duurzaamheid al veel keurmerken bestaan: “‘Ik koop Belgisch’ wil enkel aantonen dat het aanbod van Belgische mode erg divers is. ‘Belgisch’ betekent dan ‘met hoofdzetel en ontwerpproces in België’, los van duurzaamheid of korte keten.”

Daar ben je dus niet zoveel mee. Want de vraag blijft: hoe groen zijn onze Belgische labels? “We krijgen steeds meer vragen van lokale modemerken die duurzaam willen zijn”, vertelt Wynants. “Maar wat de voorwaarden daarvoor zijn, is niet zo eenduidig, je kan op verschillende punten aan de slag.”

Goed, duurzaamheid is dus geen exacte wetenschap. “De afweging tussen prijs, productie en materiaal vind ik persoonlijk het moeilijkst”, zegt Griet Depoorter. “Zo steeg de prijs van merino met 30 procent. Met gecertificeerde wol werken is niet onmogelijk, maar duur, dan kom ik in een hoger marktsegment terecht, wat ik niet wil. Het wringt wel dat ik niet met zekerheid kan zeggen waar mijn wol vandaan komt.

**‘ELKE EURO DIE JE
UITGEEFT, IS EEN STEM
VOOR DE WERELD
WAARIN JE WIL LEVEN’**
JASMIEN WYNANTS (FLANDERS DC)

Tussen schaaap en kant-en-klare wol zitten te veel schakels.”

Meteen 100 procent proper produceren, lukt ook Saskia Aelen van Ms. Bay niet: “De minimumafname voor biokatoen was te groot voor mij, dus gebruik ik voor de voering van mijn tassen snijresten van andere merken. Die werken helaas met polykatoen. Dat wil ik in de toekomst verbeteren. Maar wachten op de ultieme duurzame creatie en intussen eigenlijk niets doen, lijkt me geen oplossing.”

DOORKIJKMODE

“Daarom is transparantie onontbeerlijk”, zegt Wynants: “Praat met je klanten, communiceer over je inspanningen maar ook over wat - nu nog - onhaalbaar is. Toon ook wat jouw prijs bepaalt. We zijn gewend geraakt aan ‘veel voor weinig geld’, waarbij ‘weinig’ vaak ‘onrealistisch weinig’ wil zeggen.”

Wouter Noterman, derde generatie bij Belgisch familiebedrijf Atelier Noterman: “Een product of dienst moet altijd een fair deal zijn, voor iedereen die ermee te maken heeft. Spotgoedkoop en duurzaam gaan niet samen. We willen altijd meer, sneller en goedkoper, mensen krijgen massaal burn-outs door die extreme prijsdruk. Dat valt niet te combineren met duurzaam, het vraagt om een heel nieuw economisch model.”

“Elke euro die je uitgeeft, is een stem voor de wereld waarin je wil leven”, weet Jasmien Wynants. “Met een beetje gezond verstand kom je al ver: is het echt nodig om online drie broeken te bestellen en er twee terug te sturen? Praat eens met de mensen achter een merk: koop die ene jurk rechtstreeks bij de ontwerper in wie je gelooft, veel leuker dan vijf wegwerpexemplaren scoren bij een anonieme keten. Steun de zelfstandige boetiek om de hoek.

“En blijf positief: stap voor stap raken we veel verder dan door te schieten op wat er allemaal misloopt.”

flandersdc.be



Annelies Lambert

Stimuleren, niet bekritisieren

Annelies Lambert bundelt onder haar label Go as u.r natural, vegan beauty en slow fashion voor actieve, drukbezette vrouwen. Het is een allround label, een onlineshop met alles op één plek: huidverzorging, make-up, mode en op termijn het liefst nog meer, zoals voeding, boeken...

“Ik wou per se duurzaam ondernemen, zonder dat de stijl en het design eraan moeten geloven”, zegt de Brugse. “Omdat ik echt van nul begon, kon ik het meteen goed doen: met kleinschalige leveranciers, goede werkomstandigheden, lokale productie, duurzame, tijdloze designs, materialen en verpakking. De kledinglijn wordt gemaakt van gerecycleerde visnetten, houtpulp en biologisch katoen. Daarnaast is duurzaamheid voor mij ook gelijkheid, diversiteit, vrijheid voor iedereen. Daarom werk ik samen met W4 - Women’s World Wide Web -, een humanitaire organisatie gericht op de empowerment van meisjes en vrouwen wereldwijd.

“Als label wil ik niets opleggen aan mensen, het gaat mij over bewustmaking en daar kan de overheid zeker toe bijdragen. Bonussen voor milieuvriendelijkere producten zijn een andere piste, maar hoe definieer je dat dan? Ik vind dat je duurzaam consumeren moet stimuleren zonder het te bekritisieren. Zelf wil ik ook niet met de vinger gewezen worden.”

goasur.com

**'ZALMLEER IS EVEN
STERK ALS KOEIENHUID,
MAAR HET HEEFT GEEN
AGRESSIEF BEWERKINGS-
PROCES NODIG'**



Saskia Aelen
**Zalm is de
nieuwe koe**

Saskia Aelen ontwerpt handtassen en accessoires van gerecycleerd zalmleer dat ze laat produceren door een fairtrade bedrijf in India.

“Ik had het gevoel dat je als consument altijd moet kiezen tussen ethiek en esthetiek, dus ging ik op zoek naar een materiaal dat milieuvriendelijk en duurzaam is, én er mooi uitziet. Vissenhuid wordt normaal weggegooid. Wij vragen die huiden op en laten ze in Europese leerlooierijen bewerken tot een luxemateriaal. Zalmleer is even sterk als koeienhuid maar vraagt niet om die agressieve bewerkingsprocessen die nodig zijn om het haar te verwijderen. Het is ook zuiniger qua kleurstof en water. En nee, het stinkt niet. *(lacht)*

“De duurzame markt groeit. Ik maak bovendien een product waarvan de consument gewend is dat het langer meegaat. Het grootste struikelblok voor mij is beschikbaarheid. Mensen zien iets en willen het nu, onmiddellijk. Als starter met een beperkt aanbod is het heel moeilijk om daarin mee te gaan. Maar als een klant niet meteen krijgt wat-ie wil, gaat hij gewoon ergens anders shoppen. Je moet dus een evenwicht vinden tussen jouw visie en de vraag van de markt.

“Mijn bedrijf is in België gevestigd, de ontwerpen en prototypes worden hier gemaakt, maar de productie gebeurt door fairtrade gecertificeerde ateliers in India. Ik geloof niet in liefdadigheid. Wat we wel kunnen, is de mensen eerlijk betalen.”

ms-bay.com



Noenoe Roevens
**Weg met
de seizoenen**

Noenoe Roevens produceert met Nunu Activewear één duurzame collectie per jaar vanuit de *‘healthy mind, healthy body, healthy environment’*-gedachte. “Vandaag kan niemand nog onder de noodzaak van duurzame productie en consumptie uit. Wie gruwelt er niet van als blijkt dat zijn favoriet shirt gemaakt werd door kinderhandjes? Hoe zeemzoet het ook klinkt: ik wil oprecht meehelpen aan een betere wereld, voor mijn klanten, vrienden, familie en ja, ook voor mezelf.

“We gaan met Nunu voor kwaliteit en seizoensloze collecties. We monitoren voortdurend de productie en sturen bij om zo min mogelijk verontreiniging en afval te produceren. De Europese leveranciers gaan op ethische wijze om met hun personeel en produceren op een milieubewuste manier. Van de herkomst van materialen en de machines tot het transport: het maakt allemaal een verschil. Duurzaamheid start ook bij jezelf, gewoon de kleine dingen die je doen beseffen dat het anders kan.

“Consumenten zorgen er via hun koopgedrag voor dat duurzaamheid de norm wordt - gelukkig zijn steeds meer mensen zich daarvan bewust. Modemerken moeten hen aanmoedigen. Of het nu gaat over het aankopen van voedingsmiddelen of kleding, verantwoord consumeren ligt in handen van consument én producent. De kentering ligt in handen van de industrie, de politiek én de consument. Begin bij jezelf, verander de wereld.” *(lacht)*

nunuactivewear.com