

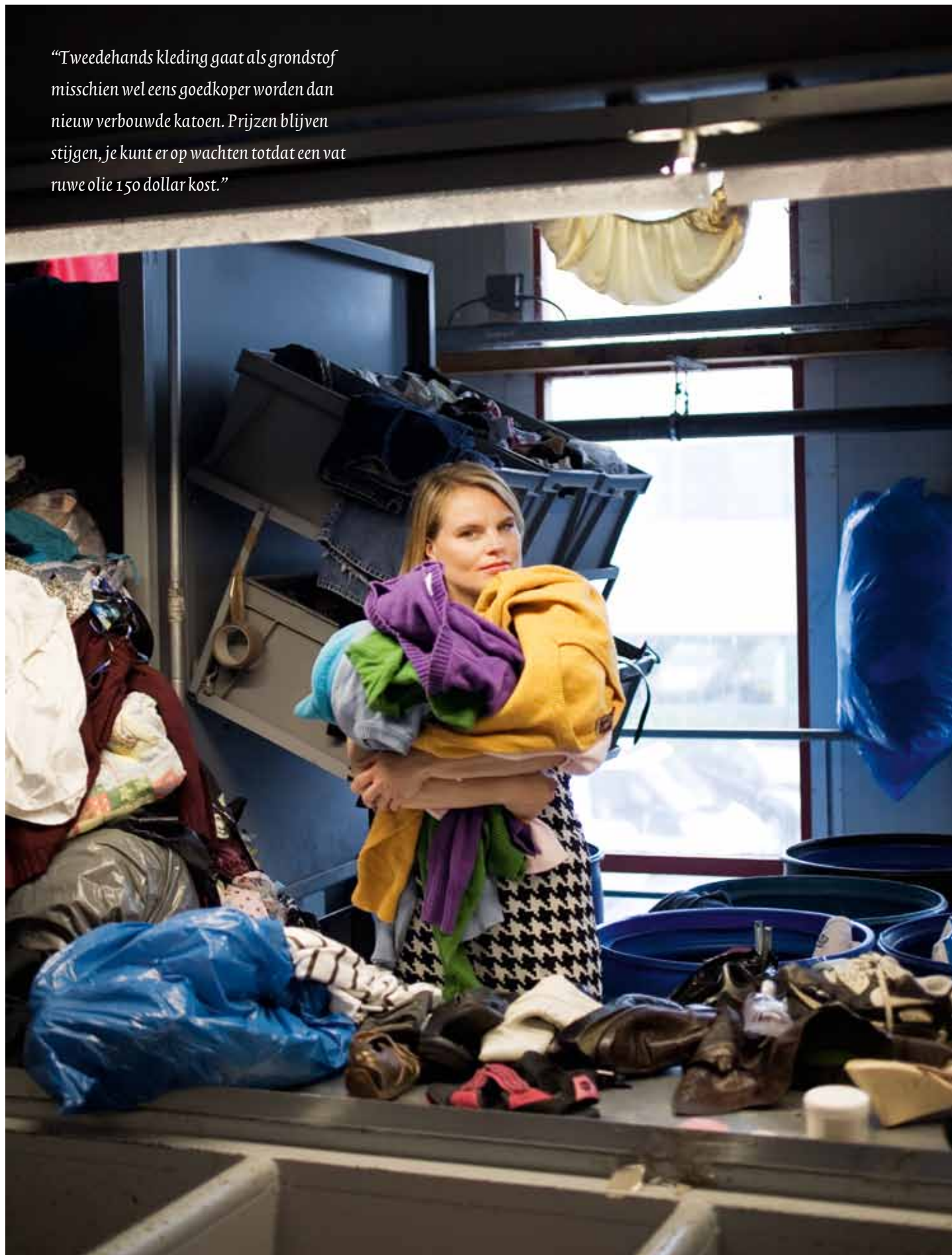
Revolutie in gedragen kleding

Gedragen kleding gaat straks niet meer de verbrandingsoven in. Het wordt opnieuw grondstof voor het maken van mode. Een nieuwe sorteermachine selecteert ingezameld textiel op vezel: katoen, wol, acryl, nylon...

- + TEKST JAN BOM
- + FOTOGRAFIE BOB VAN ROOIJEN
- + MODEL MARIEKE EYSKOOT
- + VISAGIE CAROLINE VAN EEUWIJK
- + LOCATIE WIELAND TEXTILES

Marieke Eyskoot van Talking Dress koos uit ingezamelde kleding prachtige jurken die helemaal passen bij haar persoonlijke stijl. Het percentage echt mooie kleding dat we in Nederland doneren loopt echter terug. De helft van wat in containers van inzamelaar KICI belandt, blijkt na handmatige sortering te slecht om naar Afrika te sturen. Wat nog erger is: de grootste hoeveelheid gebruikte kleding wordt niet eens ingezameld, maar belandt linea recta in de grijze afvalbak. >

“Tweedehands kleding gaat als grondstof misschien wel eens goedkoper worden dan nieuw verbouwde katoen. Prijzen blijven stijgen, je kunt er op wachten totdat een vat ruwe olie 150 dollar kost.”



TEXTILES **HANS MARKOWSKI VAN KICI**

Waardebon voor oud textiel

Binnenkort brengen we gedragen kleding niet meer naar een container. Bij grote kledingzaken krijgen we er een tegoedbon voor. Directeur Hans Markowski van inzamelingsbedrijf KICI is de architect van deze revolutionaire omwenteling, die een compleet nieuw business model oplevert.

✦ TEKST JAN BOM ✦ FOTOGRAFIE BOB VAN ROOIJEN

Een man als Markowski verwacht je niet in de wereld van tweedehands kleding, op een hoofdkantoor in een hele verre buitenwijk van Den Haag. Je zou er eerder een vrouw verwachten die uit eigen inzameling een prachtige vintage jurk draagt, met een felgekleurde bril er boven. Maar nee, met zijn degelijke sjaaltje oogt hij nog het meest als een bankier. Hans Markowski (1952) zou zo directeur van Rabobank Rotterdam kunnen zijn. Maar ook dat beeld klopt niet met de loopbaan van de directeur van KICI, een van de grootste inzamelaars van gebruikte kleding in Nederland, een stichting die de opbrengst onder andere ten goede laat komen aan het Nederlandse Rode Kruis, maar ook gebruikt voor eigen innovatieve projecten. En juist in die hoek maakte de econoom carrière. Terugkijkend zegt hij: “Bij alles wat ik heb gedaan, ben ik altijd te ver vooruit geweest.”

Markowski was meestal alweer vertrokken voordat de ontwikkelingen die hij mede in

gang had gezet, geld begonnen op te leveren. Hij was al werkstudent bij Robeco, voordat Nederlanders en masse besloten om naast hun spaarbankboekje ook te gaan beleggen. Hij zat bij Hills Down International voordat de kant en klare versproducten en sandwiches de supermarkten veroverden. Met de Amrobank werkte hij samen met het trio Jan Kalff, Rijkman Groenink en Wilco Jiskoot en specialiseerde zich in het begeleiden van bedrijven die in zwaar weer terecht waren gekomen, tot het moment waarop ze weer heel goed verkoopbaar waren. Bij KPN werkte hij aan de aanleg van het glasvezelnet, nog voordat heel Nederland het World Wide Web opging en bedrijven hun klantencontacten digitaliseerden. Samen met Triodos Bank ontwikkelde hij een markt voor *carbon credits*, nog voordat Kyoto geratificeerd werd.

Ook al vindt hij zichzelf een luie man, en neemt hij inderdaad rustig alle tijd voor de dingen waar hij mee bezig is, Markowski deed er in zijn vrije tijd ook nog een trits bestuurs-



Hans Markowski maakt het gebaar dat hoort bij *the art of letting go*. In het geval van KICI betekent het de bestaande containers omruilen voor *bins* bij grote modezaken, om zo meer volume op te halen.

“We gooien steeds eerder slechte kwaliteit kleding weg. Er zijn zelfs vrouwen die geen dag meer hetzelfde dragen”

taken bij, vaak in de functie van penningmeester. Zo maakte hij ook een plannetje voor de Stichting KICI, die op dat moment geen duidelijke koers had. Uiteraard volgde de vraag: “Leuk! Wil je het ook uitvoeren? Alsjeblieft?” Hij was er toen al achter dat het inhoudelijk werken aan duurzaamheid hem veel meer geluk bracht dan het pure geld verdienen. Dat had hij inmiddels ook wel genoeg. Het vriendelijke verzoek “was het laatste duwtje dat ik nodig had, ook al betekende het een nog verdere teruggang in inkomen en in status. Het gaat mij nu om zingeving en voldoening. De rest is absoluut secundair. Ik heb de ontdekking daarvan als een bevrijding ervaren. Het is *the art of letting go*.” Daarbij maakt hij een beweging waarbij hij zijn hand opent, alsof hij al het water van een frisse lentebui wil opvangen. Markowski: “Boeddhisten zeggen ook wel: ‘Je kunt geen vers water scheppen met gebalde vuisten.’” Wat van zijn drive uit het bedrijfsleven is blijven hangen? “Ik ben er trots op dat KICI zonder een cent overheids subsidie draait. En dat al sinds 1975.” Markowski bleef niet op zijn nieuwe stoel op het Colijnplein zitten, bij zijn team van jonge medewerkers. Hij stapte naar de sorteerdertoe, aan wie hij de opgehaalde kleding verkocht, nu voor 450 tot 550 euro per ton. KICI levert inmiddels elf miljoen kilo per jaar, een fikse groei sinds 2003, toen de opbrengst zes miljoen kilo bedroeg.

De sorteerdertoe vormen een aparte wereld. Het zijn vaak familiebedrijven waar een belangrijk ondernemersdoel het veilig stellen van een goed pensioen is. Hij zag er ook wat de consument nog meer in zijn eigen groene KICI-containers doneerden. “Zakken vol spelcomputers, dvd's, oude telefoons, iPhones, vibrators, kinderknuffels.” Allemaal bedoeld voor Afrika? Hij signaleerde ook veranderingen in het ‘geefgedrag’ van de consument. “Tien jaar geleden was 70 procent van alle opgehaalde kleding goed. Het allerbeste kon zo door naar Oost-Europa, het iets mindere naar Afrikaanse steden, het nog mindere naar rurale gebieden

in Afrika. Die balans is gewijzigd. Nu is nog maar 50 procent goed en de andere helft niet herdraagbaar. Dat komt onder andere door websites als Marktplaats, waar mensen hun mooiste merken zelf verkopen. Maar het heeft ook met het aanbod in kledingwinkels te maken. Kwaliteit die lang meegaat, verdwijnt steeds meer. Ervoor in de plaats komen goedkope jurkjes die je na een paar keer wassen wel kunt weggoien. Dat vinden consumenten niet erg. Steeds meer vrouwen dragen liever elke dag iets anders, als ze naar kantoor gaan. Er zijn zelfs vrouwen die nooit meer hetzelfde dragen.” Deze trend betekent nogal wat voor het verdienmodel van de sorteerdertoe, die verlies maken op de fractie ‘niet herdraagbaar’. De econoom in Markowski hoefde niet lang na te denken om te beseffen dat daardoor ook de inkomsten van de kledingophalers zelf onder druk komen te staan, niet alleen die van KICI, maar ook die van het Leger des Heils en die van Humana, zijn *colleega's*. De bedragen die gemeenten vragen, volgens Markowski ten onrechte, voor het mogen plaatsen van containers zijn tegenwoordig ook niet mals. “Dat is namelijk nooit de intentie van de burger geweest die de gedragen kleding doneert aan het goede doel.” Dat was reden voor Markowski om niet alleen stroomafwaarts in zijn eigen keten bezoeken af te leggen, maar ook stroomopwaarts, bij de aanbieders van nieuwe kleding. Hij kwam zo in contact met grote modemerken als G-Star, maar ook met de directie Nederland van C&A, een bedrijf dat duurzaamheid als hoogste vaandel in de bedrijvsvlag heeft gehesen. Ook daar signaleerde hij een trend. De vervuiling en de droogte die de katoenteelt veroorzaakt, begint de retailers steeds grotere zorgen te baren. Markowski, die het door katoenteelt opgedroogde Aralmeer in voormalige Sovjetlanden bezocht: “Bij de sorteerdertoe had ik gehoord dat het niet rendabel was om jeans te verschepen naar Afrika. De broeken zijn te zwaar en alleen als er een topmerk op staat, zijn Afrikanen bereid hun portemonnee te trekken. >

Wat doet een expert als fotomodel?

Marieke Eyskoot(1977) is geen gewoon fotomodel en haar bijdrage aan de *fashionshoot* van P+ is niet zonder reden. Marieke snuffelt graag in winkels die vintage kleding verkopen. Als expert op het gebied van ethische kleding betreurt ze de onvoorstelbare verspilling in de mode-industrie. In de winkels hangen steeds meer collecties per jaar, van een steeds slechtere kwaliteit stoffen, die steeds meer afval veroorzaken. Ze juicht daarom het nieuwe business model toe waarbij kleding weer teruggebracht wordt tot vezelniveau, om zo opnieuw gebruikt te kunnen worden. Alles beter dan stoffen verbranden of naar arme landen verschepen, die zo geen eigen kledingmakers meer overhouden.

Marieke, die onder andere theaterwetenschappen studeerde, zag als boegbeeld van de Schone Kleren Campagne met eigen ogen de donkere kanten van de mode-industrie. Slechte sociale werkomstandigheden, de ernstige verontreiniging door de katoenteelt. Na tien jaar lang de alarmbel te hebben geluid, besloot ze zich vorig jaar in te gaan zetten voor de andere kant van de medaille: de consument die duurzame kleding wil dragen. Als ondernemer en eigenaresse van Talking Dress, en als medeoprichter van de modebeurs MINT, zorgt ze ervoor dat er meer eerlijke kleding in de winkels komt te hangen, die én duurzaam én *stylish* én van hoge kwaliteit is en dus lang mee gaat. Dit najaar verschijnt haar boek ‘Talking Dress - Vertelt je alles over eerlijke kleding en lifestyle’, vol tips over eerlijke mode: waar je op kunt letten, wat je er zelf voor kunt doen en waar je het kunt kopen. Een must voor iedereen die op zoek is naar een groene garderobe.

hello@talkingdress.nl
www.talkingdress.nl





“Bij de sorteerders had ik gehoord dat het niet rendabel was om jeans te verschepen naar Afrika. De broeken zijn te zwaar en alleen als er een topmerk op staat, zijn Afrikanen bereid hun portemonnee te trekken.”

Ingezamelde jeans zijn nu goed om poetskatoen van te maken, of nog erger, te verbranden. Deze fractie gaat soms voor min twee cent de deur uit.”

Tijd voor het inzamelen van wilde ideeën, besloot Markowski. Hij kende ook vanuit het ondernemersnetwerk SVN de duurzaamheids-wereld zo goed, dat hij daar wel op kon vertrouwen; 25 plannen verzamelen om de wereld te veranderen met daartussen één bruikbare optie vinden. Dus niet: van alle oude jeans bouwblokken maken, isolatieplaten en prullenmanden. Nee, de echte suggestie was een veel fundamentele: de jeans moet je eerst weer terugbrengen tot vezelniveau, tot grondstof. En van daaruit aan een oplossing werken. “Zo is een compleet nieuw business model voor de ingezamelde kleding ontstaan”, vat Markowski het denkproces samen. Maar dat had nogal wat voeten in de aarde. Een alweer wat ouder idee werd uit de kast gehaald, om het sorteren van niet-bruikbare kleding te automatiseren. Ditmaal niet op bruikbaarheid, maar op vezelniveau. “Voor het eerst

werd met een consortium waarvan KICI verder is een subsidie aangevraagd bij de Europese Unie om daarvoor een machine te ontwikkelen. De EU betaalt voor ongeveer de helft mee.” De T4T-sorteerder staat inmiddels bij het sorteerbedrijf Wieland Textiles in Wormerveer, een van de consortiumleden. Duitse technici zijn de beeldbank van de computer nu met duizenden materiaalgegevens aan het voeden, zodat de machine op de lopende band feilloos katoen herkent, wol, acryl, nylon, maar ook combinaties van stoffen. En vervolgens de partij katoen ook weer op kleur kan sorteren: rood, groen, wit, blauw, zwart, gemengd... Maar ondertussen had Markowski ook een andere ontdekking gedaan, heel relevant bij het denken van kleding in termen van vezel en grondstof. “De Nederlander is lui. Er gaat heel veel kleding in de zwarte afvalbak. We halen met zijn allen 80 miljoen ton per jaar gescheiden op, maar er gaat 135 miljoen ton naar de verbrandingsoven. Het zal niet de beste kleding zijn, maar dat maakt straks niet meer uit, wanneer het belangrijkste criterium niet langer meer herdraagbaarheid is. Een

gescheurd katoenen T-shirt is nu ook goed.” Met de nodige moed kwam hij vervolgens tot de logische conclusie dat het systeem van containers voor oude kleding op termijn niet langer het meest ideale is. Maar wat dan? Markowski ging weer met C&A aan tafel en lanceerde een prikkelend voorstel. “Als jullie nu eens in de winkel een kleine container neerzetten, waar een tegoedbon uit komt? Dan krijgen jullie meer aankoop, nieuwe klanten en meer omzet. Bovendien krijgen jullie grondstoffen binnen, die misschien wel eens goedkoper gaan worden dan nieuwe katoen. Prijzen blijven stijgen, je kunt er op wachten totdat een vat ruwe olie 150 dollar kost.” C&A bleef luisteren.

De echte meesterzet was vervolgens de deal die Markowski - en zijn mededirecteur André Jansen - in Zwitserland sloot, waar ze al verbaasd omhoog hadden gekeken, naar dat 'Pietje Prutbedrijf in Nederland', zoals de directeur het zelf maar even noemt, om de schaalgrootte van KICI duidelijk te maken. De echte internationale reus in de wereld van tweedehands-

CLOSING THE LOOP

Wanneer wordt de nieuwe sorteermachine onthuld?

Op 14 en 15 november staat de conferentie Closing the Loop volledig in het teken van de nieuwe sorteermachine, die zal worden onthuld bij Wieland Textiles in Wormerveer. Hier komt de ingezamelde kleding van KICI uit Noord-Holland binnen, onder andere. De eerste dag is vooral inhoudelijk, over het nieuwe business model voor gebruikte kleding en de circulaire economie. Robert Jan Ogtrop van de Circle Economy opent dan ook de conferentie.

De tweede dag is vooral praktisch. Dan wordt de sorteermachine onthuld en in werking gezet. Ook is er een modeshow van kleding die al is gemaakt van herwonnen textielvezels, met name katoen uit spijkerbroeken.

Het is nu al mogelijk een reservering te maken voor de twee congresdagen op 14 en 15 november. Tot 1 september *early bird* korting. Aanmelden kan via de website van P+. www.p-plus.nl/meeting

kleding is namelijk het Duitse SOEX met haar Zwitserse dochterbedrijf I:Collect (I:CO), goed voor 150 miljoen ton ingezamelde kleding en schoenen per jaar, wereldwijd. Markowski legde zijn troefkaarten op tafel. De nieuwe sorteermachine, de wilsovereenkomst met C&A en mogelijk andere grote kledingmerken. Zijn toekomstvisie. En ja, toen hij weer in het vliegtuig stapte en de Alpen onder zich kleiner zag worden, had hij een toezegging op zak om de vertegenwoordiger te worden van I:CO voor de Benelux. En kon hij in Nederland plaatjes laten zien van de kleine 'Collectors Smart Bin' van zijn nieuwe partner, die bij de ingang van winkels in ruil voor textielvezels waardebbonnetjes kan uitprinten. De eerste proefmachines staan er inmiddels, onder andere bij de C&A-vestiging bij de Beurspassage in Amsterdam. Als dit al geen revolutie is, dan is het toch zeker het einde van de ophaalcontainer. Markowski kan er niet om treuren. KICI doet het goed, maar is niet de marktleider. “Wij halen nu geen kilootje op in Utrecht, niet in Eindhoven, niet in Leeuwarden, niet in Assen. Als retailers daar



onze I:CO gaan plaatsen, gaan we er dus niet op achteruit, maar juist op vooruit.” En dan, is het dan weer de hoogste tijd voor Markowski om te vertrekken? Hij is nu zestig. Gaat hij nog eenmaal een nieuw avontuur aan? Inderdaad. “Over ongeveer een of twee jaar vertrek ik”, kondigt hij aan. “Mijn beoogde opvolger André Jansen bij KICI is dan uitstekend ingewerkt. Ikzelf ga door naar Kenia, om daar een ophaalsysteem van gedragen kleding op te zetten. Daar eindigt de gescheurde en de soms tot op de draad toe versleten kleding nu in vuurtjes en op brandstapels. Daar is werkelijk nog helemaal niets geregeld. Dat vinden mondiale kleding- en schoenenmerken niet gepast en KICI ook niet. We hebben het steeds over closing the loop, het sluiten van de grondstofketen, de circulaire economie. Als je dat serieus meent, dan mag je de landen niet vergeten waar nog draagbare textiel heengaat.” ■

h.markowski@kici.nl
www.kici.nl
www.ico-spirit.com
www.textiles4textiles.eu

“Steeds meer vrouwen dragen liever elke dag iets anders, als ze naar kantoor gaan. Er zijn zelfs vrouwen die nooit meer hetzelfde dragen.”